



Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL
“ENCI”

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL DEPÓSITO DE HUEVOS GICELITA EN LA CIUDAD EL
ÁNGEL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA CPA.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Contable, Financiera y Tributaria E.2

AUTORA: Nataly Elizabeth Carrera Ramírez

ASESORA: Mgs. Jimena Elizabeth Torres Farinango

IBARRA, MARZO 2018

Ibarra, 12 de marzo de 2018

Mgs. Jimena Elizabeth Torres Farinango
ASESORA

CERTIFICA:

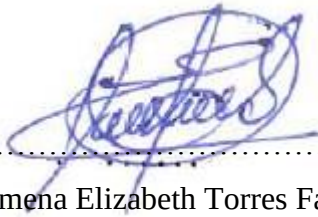
Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional (ENCI), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f:) 

Mgs. Jimena Elizabeth Torres Farinango
C.C.: 1002204566

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):



(f):

Mgs. Jimena Elizabeth Torres Farinango

C.C.: 1002204566

(f):

.....

C.C.:

(f):

.....

C.C.:

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Nataly Elizabeth Carrera Ramírez, declaro conocer y aceptar la disposición del Art.66 del Instructivo de Trabajo de Grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI), que en su parte pertinente manifiesta textualmente: “Forman parte del patrimonio de la universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la universidad”

Ibarra, 12 de marzo de 2018

f): 

Nataly Elizabeth Carrera Ramírez

C.C.: 040161641-2

AUTORÍA

Yo, Nataly Elizabeth Carrera Ramírez, portador de la cédula de ciudadanía N° 040161641-2, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad de la autora, y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.

f): 

Nataly Elizabeth Carrera Ramírez

C.C.: 040161641-2

RESUMEN

El objetivo del presente proyecto es presentar un plan de negocios para el depósito de huevos “Gicelita”, en la ciudad El Ángel, cantón Espejo, provincia del Carchi, y de esta manera pueda constituirse como empresa con un modelo de gestión para la puesta en marcha del negocio.

Se desarrolla el marco teórico, el cual se considera como base para realizar el trabajo de investigación, además se presenta una breve reseña histórica de la constitución del depósito de huevos “Gicelita”, enfoque e infraestructura que dispone, así como también el planteamiento del problema, objetivos generales y específicos, la metodología aplicada para realizar la investigación de mercado, la cual se refiere a la aplicación de encuestas.

Se presenta el estudio de mercado, el cual comprende: análisis del entorno y análisis del mercado, y se da a conocer la propuesta administrativa, propuesta técnica, propuesta comercial, propuesta contable y propuesta financiera, lo cual permite definir como entregable la documentación que conforma el plan de negocios, el mismo que demuestra la viabilidad del proyecto.

A continuación, se presenta las conclusiones y recomendaciones del resultado obtenido mediante la aplicación del plan de negocios a través de la metodología aplicada.

Finalmente, se presentan anexos y referencias bibliográficas que se utilizaron para desarrollar el presente proyecto.

Palabras Clave: depósito de huevos, plan de negocios, comercialización, mercado.

ABSTRACT

The goal of this project is to present a business proposal for an egg store called "Gicelita", located in the city of El Ángel, cantón Espejo, in the province of Carchi, and by doing this model of company we can set up the motion of a business management.

The theoretical framework is developed, which is considered the foundation for carrying out the research work, also, a brief historical review of how "Gicelita" eggs deposit works, focus and infrastructure available, as well as how to approach a problem. , general and specific objectives, the methodology applied to carry out market research, which refers to the application of surveys.

Study of a marketplace is presented, which includes: analysis of the environment and analysis of the market, and the administrative proposal, technical proposal, commercial proposal, accounting proposal and financial proposal are presented, which allows us to submit the documentation that forms the business plan, the same that demonstrates the viability of the project.

Next, conclusions and recommendations of the results are presented by obtaining the business plan through the applied methodology.

Finally, attachments and bibliographic references that were used to develop the project are presented.

Keywords: egg deposit, business plan, marketing, market.

DEDICATORIA

Este proyecto lo dedico con mucho amor y cariño principalmente a mi madre Gicela Ramírez quien fue la que me dio la vida e inculcó en mí buenos hábitos, sentimientos y valores, en el transcurso de mi vida me ha demostrado su cariño y amor incondicional, no me ha fallado en ninguna circunstancia me ha apoyado en mis decisiones y ha estado presente en todos los momentos importantes, a mi hija Jaslyn Carrión Carrera quien ha sido el motor principal para seguir adelante y luchar por mis objetivos dándole un ejemplo para su vida, a mi padre Hernán Carrera quien a pesar de tantos momentos malos y buenos siempre ha estado a mi lado apoyándome y brindándome un aliento para seguir adelante con mi carrera y jamás me ha abandonado, a mi hermana y esposo que han aportado con un granito de arena en el transcurso del tiempo que me encontraba estudiando, y finalmente a mis maestros quienes han transmitido sus conocimientos y sabiduría para el desarrollo de mi formación académica.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la salud y la oportunidad de culminar mis estudios a pesar de los momentos difíciles que he pasado y así enseñándome a valorar a mi familia quienes jamás me han abandonado y han estado a mi lado dándome un aliento y un buen ejemplo.

A mi madre por acompañarme en toda la trayectoria de mi vida estudiantil guiándome con su ejemplo, inculcándome buenos valores y siempre proyectándome hacia el futuro.

A mi padre por no haberme abandonado en los momentos que más he necesitado.

A mi hermana por apoyarme en momentos difíciles y aportar con su ejemplo para poder culminar mi carrera.

A mi esposo por darme su tiempo y una hija hermosa quien ha sido el motor principal para terminar mis estudios.

Finalmente, mis maestros por los conocimientos que me han transmitido y me han brindado una amistad, así mismo me han dado consejos valiosos para ponerlos en práctica en mi diario vivir.

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvi
ÍNDICE DE TABLAS	xviii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xxi
INTRODUCCIÓN	1
Capítulo I: Marco Teórico.....	3
1.1. La contabilidad.	3
1.1.1. Definición.	3
1.1.2. Importancia.	3
1.1.3. Clasificación.	4
1.1.4. Principios de contabilidad generalmente aceptados (PCGA).	5
1.1.5. Normas internacionales de información financiera para las PYMES.....	7
1.2. Plan de cuentas	15
1.2.1. Sistemas de codificación.....	15
1.2.2. Contenido del plan de cuentas.	15
1.3. Ciclo contable	19
1.4. Control interno.....	21
1.4.1. Definición.	21
1.4.2. Importancia.	22
1.4.3. Principios.	22
1.5. Análisis económico financiero	23
1.5.1. Inversión en activos fijos.	23
1.5.2. Inversión en capital de trabajo.....	24
1.5.3. Presupuesto de ingresos.....	24
1.5.4. Presupuesto de personal.....	25
1.6. La agroindustria en el Ecuador	25
1.6.1. Importancia del sector avícola en el Ecuador.	25
1.6.2. El huevo como alimento nutricional.....	27
1.6.3. Producción y comercialización de huevo en el Ecuador.	27

1.6.4.	Granjas productoras de huevo.	31
1.7.	Plan de negocios	31
1.7.1.	Definición.	31
1.7.2.	Importancia.	32
1.7.3.	Componentes.	32
1.8.	Análisis del mercado	33
1.8.1.	La demanda.....	33
1.8.1.1.	<i>Estimación de la demanda futura.</i>	34
1.8.2.	La oferta.....	34
1.8.3.	Demanda a cubrir con el proyecto.	35
1.8.4.	Análisis de los precios.	35
1.8.5.	Estrategias de comercialización.....	36
1.8.5.1.	<i>Producto.</i>	36
1.8.5.2.	<i>Precio.</i>	37
1.8.5.3.	<i>Plaza.</i>	37
1.8.5.4.	<i>Promoción.</i>	37
1.8.5.4.1.	<i>Promoción de las ventas.</i>	37
1.8.5.4.2.	<i>Relaciones públicas.</i>	38
1.8.5.4.3.	<i>Ventas personales.</i>	38
1.9.	Análisis administrativo	39
1.9.1	Estructura organizacional.....	39
1.10.	Análisis legal	39
1.10.1	Aspectos legales.	39
1.10.1.1	<i>Tipo de contribuyentes.</i>	40
1.10.1.2	<i>Ley de reactivación económica</i>	42
	Capítulo II: Diagnóstico situacional.....	44
2.1.	Antecedentes diagnósticos.....	44
2.2.	Objetivos.....	45
2.2.1.	Objetivo general.	45
2.2.2.	Objetivos Específicos.	45
2.3.	Variables diagnóstico	46
2.4.	Indicadores.....	46
2.5.	Matriz de relación.....	48
2.6.	Mecánica operativa.....	49
2.6.1.	Población o universo.	49

2.6.2.	Información primaria.....	52
2.6.3.1.	<i>Entrevista</i>	52
2.6.3.2.	<i>Encuesta</i>	52
2.6.3.	Información secundaria.	52
2.7.	Tabulación y análisis de la información	52
2.7.1.	Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas y comercios.....	52
2.7.2.	Entrevista aplicada a la propietaria del negocio.	66
2.8.	Matriz FODA.....	69
2.9.	Estrategias FO, FA, DO, DA	70
2.9.1.	Estrategias FO.....	70
2.9.2.	Estrategias FA.....	71
2.9.3.	Estrategias DO.....	72
2.9.4.	Estrategias DA.....	72
2.10.	Determinación del problema diagnóstico	73
Capítulo III: Estudio de Mercado.....		74
3.1.	Introducción.....	74
3.2.	Objetivos.....	75
3.3.	Análisis del entorno	75
3.3.1.	Análisis de la competencia.	75
3.3.2.	Análisis de proveedores.....	76
3.3.3.	Análisis de clientes.	77
3.4.	Análisis del mercado	77
3.4.1.	Análisis de la demanda.....	77
3.4.1.1.	<i>Demanda</i>	77
3.4.1.2.	<i>Variables</i>	78
3.4.1.3.	<i>Estimación de la demanda</i>	79
3.4.2.	Análisis de la oferta.	80
3.4.2.1.	<i>Oferta</i>	80
3.4.2.2.	<i>Variables</i>	84
3.4.2.3.	<i>Proyección de la oferta</i>	84
3.4.3.	Demanda a cubrir con el proyecto.	86
3.5.	Análisis de la demanda	87
Capítulo IV: Propuesta.....		88
4.1.	Propuesta Administrativa.....	88
4.1.1.	Denominación de la microempresa.	88

4.1.1.1.	<i>Nombre.</i>	88
4.1.1.2.	<i>Logotipo.</i>	88
4.1.2.	<i>Elementos estratégicos.</i>	89
4.1.2.1.	<i>Misión.</i>	89
4.1.2.2.	<i>Visión.</i>	89
4.1.2.3.	<i>Objetivos organizacionales.</i>	89
4.1.2.4.	<i>Políticas organizacionales.</i>	90
4.1.2.5.	<i>Valores corporativos.</i>	90
4.1.3.	<i>Estructura organizacional.</i>	91
4.1.4.	<i>Manual de funciones.</i>	92
4.1.5.	<i>Requisitos legales de funcionamiento.</i>	96
4.1.5.1.	<i>Requisitos para obtener el RUC.</i>	96
4.1.5.2.	<i>Requisitos para obtener la patente municipal.</i>	96
4.1.5.3.	<i>Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento en el MSP.</i>	96
4.2.	<i>Propuesta técnica</i>	97
4.2.1.	<i>Localización del proyecto.</i>	97
4.2.1.1.	<i>Macro localización.</i>	97
4.2.1.2.	<i>Micro localización.</i>	98
4.2.2.	<i>Tamaño del proyecto.</i>	99
4.2.3.	<i>Ingeniería del proyecto.</i>	100
4.2.3.1.	<i>Cadena de valor.</i>	100
4.2.3.2.	<i>Definición del proceso.</i>	101
4.2.3.3.	<i>Requerimiento del producto y material de embalaje.</i>	101
4.2.3.4.	<i>Requerimiento de equipos de oficina.</i>	102
4.2.3.5.	<i>Requerimiento de personal operativo.</i>	104
4.2.3.6.	<i>Diseño de la construcción.</i>	105
4.2.3.7.	<i>Distribución de la planta.</i>	105
4.3.	<i>Propuesta comercial.</i>	106
4.3.1.	<i>Estrategias de comercialización.</i>	106
4.3.1.1.	<i>Producto.</i>	106
4.3.1.1.1.	<i>Atributos del producto.</i>	107
4.3.1.1.2.	<i>Asignación de marca.</i>	108
4.3.1.1.3.	<i>Etiquetado.</i>	109
4.3.1.1.4.	<i>Empaque.</i>	109
4.3.1.1.5.	<i>Servicios de apoyo del producto.</i>	110

4.3.1.2.	<i>Precio</i>	110
4.3.1.3.	<i>Plaza</i>	112
4.3.1.4.	<i>Promoción</i>	114
4.4.	<i>Propuesta contable</i>	114
4.4.1.	<i>Elaboración del plan de cuentas</i>	114
4.4.4.1.	<i>Catálogo de cuentas</i>	114
4.4.4.2	<i>Descripción del catálogo de cuentas</i>	118
4.4.2.	<i>Diseño de documentos</i>	122
4.4.3	<i>Aplicación práctica del ciclo contable</i>	132
4.4.3.1.	<i>Kárdex</i>	137
4.4.3.2.	<i>Libro diario</i>	138
4.4.3.3	<i>Libro mayor</i>	144
4.4.3.4	<i>Balance de comprobación</i>	156
4.4.3.5	<i>Balance general</i>	157
4.4.3.6	<i>Estado de resultados</i>	158
4.4.4.	<i>Elaboración y propuesta de control interno</i>	159
4.4.4.1.	<i>Control interno: registros contables</i>	159
4.4.4.2.	<i>Control interno: registro de ingresos</i>	160
4.4.4.3.	<i>Control interno: registro de egresos</i>	161
4.4.4.4.	<i>Control interno: elaboración de estados financieros</i>	162
4.4.4.5.	<i>Control interno: declaración del IVA e impuesto a la renta</i>	163
4.4.4.6.	<i>Control interno: crédito y cobranzas</i>	164
4.4.4.7.	<i>Control interno: caja</i>	165
4.4.4.8.	<i>Control interno: cuentas por cobrar</i>	166
4.4.4.9.	<i>Control interno: cuentas por pagar</i>	167
4.5.	<i>Propuesta financiera</i>	168
4.5.1.	<i>Formulación de las bases</i>	169
4.5.1.1.	<i>Ventas</i>	169
4.5.1.2.	<i>Costos de comercialización</i>	170
4.5.1.3.	<i>Gastos financieros</i>	174
4.5.1.4.	<i>Presupuesto de costos y gastos</i>	175
4.5.1.5.	<i>Capital de trabajo</i>	177
4.5.1.6.	<i>Financiamiento</i>	178
4.5.2	<i>Flujo de inversiones</i>	178
4.5.2.1.	<i>Inversiones</i>	178

4.5.2.2. Activos fijos.....	179
4.5.3. Flujos de proyección.....	180
4.5.3.1. Ingresos.	180
4.5.3.2. Depreciaciones	181
4.5.3.3. Mezcla financiera.	183
4.5.3.4. Flujo de fondos neto.	183
4.5.3.5. Estado de resultados.....	185
4.5.3.6. Balances.....	187
4.5.4. Indicadores para la toma de decisiones.	189
4.5.4.1. Tasa mínima aceptable de rendimiento.	189
4.5.4.2. Análisis del VAN.	190
4.5.4.3. Análisis de la TIR.	191
4.5.4.4. Relación beneficio – costo.	191
4.5.4.5. Período de recuperación de la inversión.....	191
CONCLUSIONES	193
RECOMENDACIONES	195
BIBLIOGRAFÍA	196
ANEXOS	198

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Ciclo contable.....	20
Figura 2 – Cadena productiva del maíz, soya y balanceados según la CONAVE	26
Figura 3 – Total de aves de campo existentes en el 2016.....	28
Figura 4 – Existencia de aves en planteles avícolas en el 2016.....	28
Figura 5 – Producción total de huevos de gallina provenientes de aves de campo	29
Figura 6 – Producción total de huevos de gallina provenientes de planteles avícolas	29
Figura 7 – Destino de la producción de huevos en campo	30
Figura 8 – Destino de la producción de huevos en planteles avícolas.....	30
Figura 9 – Componentes de un plan de negocios	33
Figura 10 – Porcentaje de negocios dedicados a la comercialización de huevo de gallina	53
Figura 11 – Porcentaje de negocios y su frecuencia de compra de huevos de gallina	54
Figura 12 – Porcentaje de negocios y la cantidad de cubetas de huevos de gallina que compran cada mes.....	55
Figura 13 – Porcentaje de negocios y el precio de compra por cada cubeta de huevos de gallina.....	56
Figura 14 – Porcentaje de negocios y el destino de la venta de huevos de gallina.....	57
Figura 15 – Porcentaje de negocios y la forma de presentación que utilizan para la venta de huevos de gallina	58
Figura 16 – Porcentaje de negocios y los aspctos que se toman en cuenta al momento de adquirir huevos de gallina.....	59
Figura 17 – Porcentaje de negocios y la forma de entrega de las cubetas de huevos de gallina por parte del proveedor	60
Figura 18 – Porcentaje de negocios y la calidad del servicio que brinda su actual proveedor	61
Figura 19 – Porcentaje de negocios y el comportamiento del proveedor en cuanto a la provisión de huevos con la frecuencia que necesita	62

Figura 20 – Porcentaje de negocios y la forma de pago que generalmente utilizan con sus proveedores.....	63
Figura 21 – Porcentaje de negocios y los medios de comunicación para conocer la oferta de huevos de gallina	64
Figura 22 – Porcentaje de negocios y la probabilidad para que un proveedor visite su local para ofertar huevos de gallina.....	65
Figura 23 – Datos históricos de la oferta de huevos de gallina en el Carchi	83
Figura 24 – Proyección de la oferta de huevos de gallina en la provincia del Carchi	85
Figura 25 – Cálculo de la demanda a cubrir con el proyecto	86
Figura 26 – Nombre de la microempresa.....	88
Figura 27 – Logotipo del producto	88
Figura 28 – Propuesta de estructura organizacional para el depósito de huevos “Gicelita”.....	91
Figura 29 – Macrolocalización del depósito de huevos “Gicelita”	97
Figura 30 – Microlocalización del depósito de huevos “Gicelita”	98
Figura 31 – Cadena de valor del depósito de huevos “Gicelita”	100
Figura 32 – Lay out del depósito de huevos “Gicelita”	106
Figura 33 – Marca asignada al producto.....	108
Figura 34 – Diseño del empaque para comercializar los huevos de gallina por cubeta	110
Figura 35 – Canal de distribución utilizado por el depósito de huevos “Gicelita”	113

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 – Capacidad total de galpones	31
Tabla 2 – Matriz de relación	48
Tabla 3 – Empresas según su tamaño	49
Tabla 4 – Empresas según sectores económicos	50
Tabla 5 – Número de microempresas dedicadas al comercio	50
Tabla 6 – Número de microempresas dedicadas a la venta al por mayor y al por menor ...	51
Tabla 7 – Negocios dedicados a la comercialización de huevos	53
Tabla 8 – Frecuencia de compra de huevos de gallina	54
Tabla 9 – Cantidad de cubetas de huevos que compran al mes	55
Tabla 10 – Precio de compra por cada cubeta de huevos	56
Tabla 11 – Destino de la venta de huevos de gallina	57
Tabla 12 – Formas de presentación de los huevos de gallina	58
Tabla 13 – Aspectos que se toman en cuenta para comprar huevos de gallina	59
Tabla 14 – Forma de entrega del producto	60
Tabla 15 – Calidad del servicio que brinda su actual proveedor	61
Tabla 16 – Comportamiento del proveedor en cuanto a la provisión de huevos de gallina	62
Tabla 17 – Forma de pago con los proveedores	63
Tabla 18 – Medios de comunicación para ofertar huevos	64
Tabla 19 – Probabilidad de visita para ofertar huevos de gallina	65
Tabla 20 – Matriz FODA	70
Tabla 21 – Análisis de la competencia	76
Tabla 22 – Demanda potencial anual	78
Tabla 23 – Proyección de la demanda	80
Tabla 24 – Oferta de huevos de gallina	82
Tabla 25 – Proyección de la oferta	85
Tabla 26 – Demanda insatisfecha	86
Tabla 27 – Tamaño del proyecto	99

Tabla 28 – Requerimiento de materia prima e insumos	101
Tabla 29 – Requerimiento de equipos de oficina	102
Tabla 30 – Suministros de oficina	103
Tabla 31 – Suministros de limpieza.....	103
Tabla 32 – Servicios básicos.....	104
Tabla 33 – Requerimiento de mano de obra	104
Tabla 34 – Diseño de la construcción	105
Tabla 35 – Composición nutricional del huevo de gallina	108
Tabla 36 – Análisis de precios	111
Tabla 37 – Plan de cuentas	115
Tabla 38 – Orden de compra.....	122
Tabla 39 – Comprobante de pago clientes.....	123
Tabla 40 – Reposición de caja	124
Tabla 41 – Kárdex.....	125
Tabla 42 – Libro diario	125
Tabla 43 – Libro mayor	126
Tabla 44 – Balance de comprobación.....	127
Tabla 45 – Estado de situación financiera	128
Tabla 46 – Estado de resultados	129
Tabla 47 – Estado de flujo de efectivo	130
Tabla 48 – Libro diario	138
Tabla 49 – Balance de comprobación.....	156
Tabla 50 – Balance general.....	157
Tabla 51 – Estado de resultados	158
Tabla 52 - Ventas	169
Tabla 53 - Capacidad instalada	170
Tabla 54 – Costos operativos.....	171
Tabla 55 – Proyección costos operativos.....	171
Tabla 56 – Inflación 2016 - 2017.....	172
Tabla 57 – Proyección de material de embalaje	172
Tabla 58 – Proyección del producto a comercializar.....	173
Tabla 59 – Suministros de oficina	173

Tabla 60 – Insumos de limpieza	173
Tabla 61 – Servicios básicos.....	174
Tabla 62 – Gastos financieros.....	174
Tabla 63 – Financiamiento del crédito	175
Tabla 64 – Presupuesto de costos y gastos	176
Tabla 65 - Capital de trabajo.....	177
Tabla 66 - Financiamiento de activo fijo	178
Tabla 67 - Inversión total del proyecto	179
Tabla 68 - Vehículo	180
Tabla 69 - Edificio	180
Tabla 70 – Proyección de ingresos	181
Tabla 71 – Depreciación de activos fijos.....	182
Tabla 72 – Mezcla financiera.....	183
Tabla 73 – Flujo de fondos netos.....	184
Tabla 74 – Estado de resultados	186
Tabla 75 – Balance general proyectado	187
Tabla 76 – Tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR.....	190
Tabla 77 – Análisis del VAN.....	190
Tabla 78 – Periodo de recuperación de la inversión	192

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta dirigida a comerciantes de huevos de gallina.....	239
Anexo 2. Diagramas de flujo	240
Anexo 3. Tabla de amortización	243
Anexo 4. Anteproyecto	244
Anexo 5. RUC del negocio	245
Anexo 6. Fotografías.....	246

INTRODUCCIÓN

El depósito de huevos “Gicelita” es una pequeña empresa obligada a llevar contabilidad, ubicada en la ciudad El Ángel, cantón Espejo, provincia del Carchi, en la calle Bolívar 04-44 y panamericano norte, la misma que se dedica a la distribución de huevos al por mayor y al por menor en la provincia del Carchi, específicamente en los cantones Espejo, Bolívar y Montufar. Según la propietaria, el depósito de huevos dio inicio sus actividades hace 9 años, y desde entonces trabaja únicamente con el proveedor “Grupo casa grande”, el cual es contribuyente especial perteneciente al Sr. Chávez Zuñiga Salom Ivan, ubicado en el km 6 vía al Puyo, este proveedor otorga crédito directo al depósito de huevos “Gicelita”. Es importante conocer que, el depósito de huevos “Gicelita” realiza dos pedidos semanalmente, cada uno aproximadamente por \$ 5.129,00.

Según una visita preliminar se observa que, el depósito de huevos “Gicelita” no posee imagen corporativa, no cuenta con un plan estratégico lo que perjudica su avance y su control y tampoco existen normas y políticas internas para una adecuada administración.

En cuanto a la parte administrativa, la propietaria manifiesta que no se ha contratado profesionales que se dediquen a cada área, ya que el vendedor es el único encargado de las cobranzas y reparto del producto a quien no se le realiza un control continuo en cuanto al inventario del producto y al precio que ofrece, pues no existe una base de datos de los clientes ni un adecuado manejo de las cuentas por cobrar lo que ha ocasionado pérdidas en las ventas.

Según la propietaria, al momento cuenta con 150 clientes aproximadamente, de los cuales el 80% son tiendas, y el 20% micro mercados, a quienes generalmente se les facilita crédito directo, convirtiéndose aquello en uno de los problemas que presenta la empresa ya que no se trabaja con políticas de crédito adecuadas.

En cuanto a los competidores se tiene principalmente a: Indaves, Incubandina S.A., Huevo el Oro, las cuales buscan posicionarse en el mercado, pero su desventaja son los precios

elevados. Es así como, el depósito de huevos “Gicelita” tiene una desventaja en cuanto a la variación de los precios, el producto que maneja tiende al alza y a la baja por la oferta que existe entre los competidores y esto desfavorece en cuanto a la competitividad en el mercado.

Por tanto, es necesario la adopción de un plan de negocios y la implementación de un sistema adecuado en el manejo contable del depósito de huevos “Gicelita”, pues las causas de los problemas por los que atraviesa el negocio son generalmente: el desconocimiento de estrategias de comercialización por parte de la propietaria, falta de control interno, inadecuado cálculo en los costos de la adquisición del producto y sus consecuencias son: pérdidas económicas irrecuperables, mal manejo de costos para las ventas, y llamados de atención los por parte de los entes de control (SRI).

Capítulo I: Marco Teórico

1.1. La contabilidad.

1.1.1. Definición.

Según Celaya (2013): “La contabilidad es la disciplina que sirve para proporcionar información útil en la toma de decisiones económicas. También se le ha nombrado ciencia del patrimonio, y ello porque su objeto es el estudio y la representación del patrimonio empresarial” (pp. 12).

Para Bravo (2013): “Es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o período contable” (pp. 1).

1.1.2. Importancia.

Celaya (2013) afirma:

La contabilidad ha evolucionado de ser un simple registro de entradas y salidas, o de activos y pasivos, a una disciplina con reglas y normatividades en cuanto al registro y presentación de la información financiera de una empresa o entidad, pues la complejidad de las mismas operaciones ha generado un marco normativo que obliga la especialización contable con el fin de obtener información financiera oportuna para la toma de decisiones. (pp. 12)

1.1.3. Clasificación.

Celaya (2013) refiere que en la contabilidad existen varias ramas por cuanto a sus particularidades y usos:

- **Contabilidad fiscal:** Es el sistema de información para dar cumplimiento a las obligaciones tributarias de las organizaciones o entidades.
- **Contabilidad financiera:** Está orientada a proporcionar información a terceras personas relacionadas con la empresa, tales como: accionistas, instituciones de crédito e inversionistas, con el fin de facilitar sus decisiones.
- **Contabilidad administrativa:** Es el sistema de información al servicio de las necesidades de la administración, destinado a facilitar las funciones de planeación, control y toma de decisiones en la empresa.
- **Contabilidad de costos:** Radica en tener una idea clara, correcta y objetiva del costo de producción de un bien, tomando en cuenta: la mano de obra, la materia prima y los gastos indirectos de fabricación.
- **Contabilidad de proyectos:** Se utiliza en organizaciones cuyo modelo de negocio está basado en la administración y en la ejecución de proyectos, para anticiparse a los eventos futuros y aplicar acciones correctivas.
- **Contabilidad ambiental:** Se refiere a la relación entre una entidad y su ambiente, es decir, diferenciar entre la macro y la micro contabilidad y, dentro de esta última, precisar tanto en el concepto de la entidad como del ambiente.

- **Contabilidad de gestión:** Se encarga de la recolección, mediación, valoración y transmisión de información relevante para la empresa u organización.
- **Contabilidad gubernamental:** Está destinada a captar, clasificar, registrar, resumir, comunicar e interpretar las actividades económicas, financieras, administrativas, patrimoniales y presupuestarias pertenecientes al Estado.

1.1.4. Principios de contabilidad generalmente aceptados (PCGA).

Según Bravo (2013), los PCGA que se originan de una combinación de tradición, experiencia y decreto oficial son los siguientes:

- **Equidad:** En una organización se hallan diversos intereses que deben estar reflejados en los estados financieros, los cuales deben ser equitativos con respecto a los intereses de las distintas partes.
- **Ente:** Los estados financieros se refieren siempre a un ente donde el elemento subjetivo o propietario es considerado como tercero, ya que una misma persona puede producir estados financieros de varios “entes” de su propiedad.
- **Bienes económicos:** Los estados financieros se refieren siempre a bienes materiales e inmateriales que posean valor económico y por ende susceptibles de ser valuados en términos monetarios.
- **Unidad de medida (moneda):** Para reflejar el patrimonio de una empresa mediante los estados financieros, es necesario elegir una moneda y valorizar los elementos patrimoniales aplicando precio a cada unidad.

- **Empresa en marcha:** Se entiende que los estados financieros pertenecen a una “empresa en marcha”, es decir, a todo organismo económico cuya existencia personal tiene plena vigencia y proyección futura.
- **Valuación al costo:** Este principio establece que los activos de una empresa deben ser valuados al costo de adquisición o producción, así mismo, para las fluctuaciones de la moneda común denominador, se harán los ajustes necesarios a la expresión monetaria de los respectivos costos.
- **Período (ejercicio):** La empresa se ve obligada a medir el resultado de su gestión cada cierto tiempo, y a este tiempo se le llama período, el cual comprende doce meses y recibe el nombre de ejercicio.
- **Devengado:** Las variaciones patrimoniales que deben considerarse para establecer el resultado económico son las que competen a un ejercicio sin considerar si se han cobrado o pagado.
- **Objetividad:** Los cambios en activos, pasivos y patrimonio neto, deben reconocerse formalmente en los registros contables, además, medir objetivamente y expresar esa media en moneda de cuenta.
- **Realización:** Los resultados económicos deben computarse cuando sean realizados, es decir, la unidad se obtiene una vez ejecutada la operación mercantil.
- **Prudencia (conservadurismo):** Este principio se refiere a contabilizar todas las pérdidas de una empresa cuando se conocen y las ganancias únicamente cuando se hayan realizado.

- **Uniformidad:** Las normas particulares utilizadas para preparar los estados financieros de un determinado ente u organización deben ser aplicados uniformemente de un ejercicio a otro.
- **Materialidad (significancia relativa):** No existe una línea demarcadora que fije los límites de lo que es o no significativo, por lo que se debe aplicar el mejor criterio para resolver lo que corresponda en cada caso, pero de acuerdo con las circunstancias y tomando en cuenta factores tales como: el efecto relativo en los activos y pasivos, en el patrimonio o en el resultado de las operaciones.
- **Exposición:** Los estados financieros deben contener toda la información y discriminación básica y adicional necesaria, para una adecuada interpretación de la situación financiera y de los resultados económicos de determinada empresa u organización.

1.1.5. Normas internacionales de información financiera para las PYMES.

(Global Contable: NIIF para las PYMES, 2016). Las NIIF para las Pequeñas y Medianas Entidades (PYMES) se basan en las NIIF completas con ciertas modificaciones, para de esta manera reflejar las necesidades de los usuarios de los estados financieros de las PYMES y consideraciones costo-beneficio. A continuación, se detallan:

- **Sección N° 1: Pequeñas y medianas entidades.**

Las pequeñas y medianas entidades son aquellas que:

- No tienen obligación pública de rendir cuentas, y
- Publican estados financieros con propósito de información general para usuarios externos.

- **Sección N° 2: Conceptos y principios fundamentales.**

Describe el objetivo de los estados financieros de las PYMES y las cualidades que hacen que la información de los estados financieros sea útil, y de igual forma, establece los conceptos y principios básicos subyacentes a los estados financieros de las PYMES.

- **Sección N° 3: Presentación de estados financieros.**

Explica la presentación razonable de estados financieros, los requerimientos para el cumplimiento de las NIIF para las PYMES y los componentes de un conjunto completo de estados financieros.

- **Sección N° 4: Estado de situación financiera.**

Establece la información que se debe presentar en un estado de situación financiera y cómo presentar dicha información. En el estado de situación financiera se presentan los activos, pasivos y patrimonio de una entidad en una fecha específica.

- **Sección N° 5: Estado de resultado integral y estado de resultados.**

Es necesario que una entidad presente su resultado integral total para un período, en uno o dos estados financieros, y además establece la información que debe presentarse en aquellos estados.

- **Sección N° 6: Estado de cambios en el patrimonio y estado de resultados y ganancias acumuladas.**

Establece los requerimientos para presentar los cambios en el patrimonio de una entidad para un período, en el estado de cambios en el patrimonio o, si se cumplen las condiciones especificadas y una entidad así lo decide, en un estado de resultados y ganancias acumuladas.

- **Sección N° 7: Estado de flujo de efectivo.**

Establece la información que se debe incluir en un estado de flujos de efectivo, el cual proporciona información sobre los cambios en el

efectivo y equivalentes al efectivo de una entidad durante el período sobre el que se informa, indicando por separado los cambios según procedan de actividades de operación, actividades de inversión y actividades de financiación.

- **Sección N° 8: Notas a los estados financieros.**

Las notas contienen información adicional a la presentada en el estado de situación financiera, estado del resultado integral (si se presenta), estado de resultados (si se presenta), estado de resultados y ganancias acumuladas combinado (si se presenta), estado de cambios en el patrimonio (si se presenta) y estado de flujos de efectivo, las cuales proporcionan descripciones narrativas o desagregaciones de partidas presentadas en aquellos estados e información sobre partidas que no cumplen las condiciones para ser reconocidas en ellos.

- **Sección N° 9: Estados financieros consolidados y separados.**

Define las circunstancias en las que una entidad que aplica ésta norma presenta estados financieros consolidados y los procedimientos para su preparación. De igual forma, incluye una guía sobre estados financieros separados y estados financieros combinados, según sea el caso.

- **Sección N° 10: Políticas, estimaciones y errores contables.**

Proporciona una guía para la selección y aplicación de las políticas contables, las cuales se usan para la preparación de estados financieros. Además, incluye los cambios en las estimaciones contables y correcciones de errores en estados financieros de períodos anteriores.

- **Sección N° 11: Instrumentos financieros básicos.**

Un instrumento financiero es un contrato que da lugar a un activo financiero de una entidad y a un pasivo financiero o a un instrumento de patrimonio de otra.

- **Sección N° 12: Otros temas relacionados con los instrumentos financieros.**

Aplica a otros instrumentos financieros y transacciones más complejas, pues si una entidad únicamente realiza transacciones de instrumentos financieros básicos, la sección 12 no le será de aplicación, sin embargo, incluso las entidades que solo tienen instrumentos financieros básicos considerarán el alcance de la sección 12 para asegurarse de que están exentas.

- **Sección N° 13: Inventarios.**

Establece los principios para el reconocimiento y medición de los inventarios.

- **Sección N° 14: Inversiones en asociadas.**

Aplica a la contabilización de las asociadas en estados financieros consolidados y en los estados financieros de un inversor que no es una controladora, pero tiene una inversión en una o más asociadas.

- **Sección N° 15: Inversiones en negocios conjuntos.**

Aplica a la contabilización de negocios conjuntos en los estados financieros consolidados y en los estados financieros de un inversor que no es una controladora sin embargo tiene participación en uno o más negocios conjuntos.

- **Sección N° 16: Propiedades de inversión.**

Aplica a la contabilidad de inversiones en terrenos o edificios, que cumplen la definición de propiedades de inversión, así como a ciertas participaciones en propiedades mantenidas por un arrendatario, dentro de un acuerdo de arrendamiento operativo, que se tratan como si fueran propiedades de inversión.

- **Sección N° 17: Propiedades, planta y equipo.**

Aplica a la contabilidad de las propiedades, planta y equipo, así como de las propiedades de inversión cuyo valor razonable no se pueda medir con fiabilidad sin costo o esfuerzo desproporcionado sobre la base de la gestión continuada.

- **Sección N° 18: Activos intangibles distintos de la plusvalía.**

Aplica a la contabilización de todos los activos intangibles distintos de la plusvalía y activos intangibles mantenidos por una entidad para su venta en el curso ordinario de sus actividades.

Un activo intangible es un activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física. Un activo es identificable cuando: es susceptible de ser separado o dividido de la entidad para vender, transferir, explotar, arrendar o intercambiar, bien individualmente o junto con un contrato, un activo o un pasivo relacionado, o también cuando surge de un contrato o de otros derechos legales, independientemente de si esos derechos son transferibles o separables de la entidad o de otros derechos y obligaciones. Cabe mencionar que, los activos intangibles no incluyen: activos financieros o los derechos mineros y reservas minerales tales como: petróleo, gas natural y recursos no renovables similares.

- **Sección N° 19: Combinaciones de negocios y plusvalía.**

Proporciona una guía para la identificación de la adquiriente, la medición del costo de la combinación de negocios y la distribución de ese costo entre los activos adquiridos y los pasivos, y las provisiones para los pasivos contingentes asumidos. Además, trata la contabilidad de la plusvalía tanto en el momento de una combinación de negocios como posteriormente.

- **Sección N° 20: Arrendamientos.**

Aplica a los acuerdos que transfieren el derecho de uso de activos, incluso en el caso de que el arrendador quede obligado a suministrar

servicios de cierta importancia en relación con la operación o su mantenimiento.

- **Sección N° 21: Provisiones y contingencias.**

Aplica a todas las provisiones, pasivos contingentes y activos contingentes, excepto a las provisiones tratadas en otras secciones de ésta norma. Los requerimientos de esta sección no se aplicarán a los contratos pendientes de ejecución, es decir, cuando las partes no han cumplido ninguna de las obligaciones o ambas partes han cumplido parcialmente sus obligaciones y en igual medida.

La palabra “provisión” se utiliza en el contexto de partidas tales como: depreciación, deterioro del valor de activos y cuentas por cobrar incobrables, pues aquellas son ajustes en el importe en libros de activos en lugar de un reconocimiento de pasivos.

- **Sección N° 22: Pasivos y patrimonio.**

Establece los principios para clasificar los instrumentos financieros como pasivos o patrimonio, y además incluye la contabilización de los instrumentos de patrimonio emitidos para individuos u otras partes que actúan en calidad de propietarios.

- **Sección N° 23: Ingresos de actividades ordinarias.**

Una entidad incluirá en sus ingresos de actividades ordinarias únicamente las entradas brutas de beneficios económicos recibidos y por recibir por parte de la entidad, actuando por cuenta propia.

- **Sección N° 24: Subvenciones del gobierno.**

Especifica la contabilidad de todas las subvenciones del gobierno, mismas que son consideradas como una ayuda del gobierno en forma de una transferencia de recursos a una entidad en contrapartida del

cumplimiento, futuro o pasado, de ciertas condiciones relacionadas con sus actividades de operación.

- **Sección N° 25: Costos por préstamos.**

Especifica la contabilidad de los costos por préstamos, es decir, los intereses y otros costos en los que una entidad incurre, y que están relacionados con los fondos que ha tomado prestados.

- **Sección N° 26: Pagos basados en acciones.**

Especifica la contabilidad de todas las transacciones con pagos basados en acciones, incluyendo las que se liquidan con instrumentos de patrimonio o en efectivo.

- **Sección N° 27: Deterioro del valor de los activos.**

Una entidad evaluará en cada fecha sobre la que se informa, si existe un deterioro del valor de los inventarios.

- **Sección N° 28: Beneficios a los empleados.**

Los beneficios a los empleados comprenden todos los tipos de contraprestaciones que la entidad proporciona a los trabajadores, incluyendo administradores y gerentes, a cambio de sus servicios.

- **Sección N° 29: Impuesto a las ganancias.**

El impuesto a las ganancias incluye todos los impuestos nacionales y extranjeros, basados en ganancias fiscales.

- **Sección N° 30: Conversión de moneda extranjera.**

Prescribe cómo incluir transacciones en moneda extranjera y negocios en el extranjero, en los estados financieros de una entidad y cómo convertir los estados financieros a la moneda de presentación.

- **Sección N° 31: Hiperinflación.**

Aplica a una entidad cuya moneda funcional sea la moneda de una economía hiperinflacionaria. Además, requiere que una entidad prepare los estados financieros que hayan sido ajustados por los efectos de la hiperinflación.

- **Sección N° 32: Hechos ocurridos después del período sobre el que se informa.**

Define los hechos ocurridos después del período sobre el que se informa y establece los principios para el reconocimiento, medición y revelación de los mismos.

- **Sección N° 33: Información a revelar sobre partes relacionadas.**

Requiere que una entidad incluya en sus estados financieros, la información a revelar que sea necesaria, para llamar la atención sobre la posibilidad de que su situación financiera y su resultado del período, puedan verse afectados por la existencia de partes relacionadas, así como por transacciones y saldos pendientes con aquellas partes.

- **Sección N° 34: Actividades especializadas.**

Proporciona una guía sobre la información financiera de las PYMES involucradas en tres tipos de actividades especializadas, tales como: actividades agrícolas, actividades de extracción y concesión de servicios.

- **Sección N° 35: Transición a la NIIF para las Pymes.**

Una entidad que adopte por primera vez las NIIF para las PYMES, debe aplicar en primera instancia la presente sección para preparar sus estados financieros.

1.2. Plan de cuentas

Según Bravo (2013): “Es la enumeración de cuentas ordenadas sistemáticamente, aplicables a un negocio concreto que proporciona los nombres y el código de cada una de las cuentas” (pp. 24).

Bravo (2013) refiere que el plan de cuentas consta de un listado lógico y ordenado de las cuentas y subcuentas, las cuales facilitan la aplicación de los registros contables y dependen del tipo de empresa ya sea: comercial, de servicios, industrial, entre otras.

1.2.1. Sistemas de codificación.

Bravo (2013) afirma que la codificación de las cuentas es la utilización de números, letras y símbolos que representan el grupo, sub grupo, cuentas y subcuentas; y para ello, es importante conocer los diferentes sistemas de codificación que se pueden utilizar:

- **Numéricos:** Cuando se codifica utilizando exclusivamente números.
- **Alfabéticos:** Cuando se codifica utilizando exclusivamente letras.
- **Mixtos:** Cuando se codifica utilizando simultáneamente números y letras.

1.2.2. Contenido del plan de cuentas.

Para Bravo (2013) es importante conocer, el contenido básico del plan o catálogo de cuentas, por tanto, a continuación se presenta los grupos de cuentas respectivos:

- **ACTIVO:** Representa todos los bienes y derechos cuantificables, los cuales son propios de la empresa u organización.

- **PASIVO:** Agrupa los elementos que significan para la empresa u organización, deudas u obligaciones pendientes de pago.
- **PATRIMONIO:** Representa los aportes del propietario o socios para constituir la empresa u organización e incluye las utilidades y reservas.
- **INGRESOS (RENTAS):** Se refiere a todos los ingresos monetarios, provenientes de la actividad a la que se dedica la empresa u organización, durante un ejercicio económico.
- **COSTOS:** Se refiere al gasto económico por concepto de la fabricación de un producto o la prestación de un servicio.
- **GASTOS:** Se refiere al egreso, salida de dinero o desembolso que la empresa u organización debe pagar para adquirir un bien o recibir un servicio.
- **CUENTAS DE ORDEN:** Es el dinero, documentos y/o bienes que se encuentran en poder de la empresa u organización y no son de su propiedad, pero han sido recibidos para su custodia, manejo o negociación. Las cuentas de orden son las que controlan operaciones que no alteran la naturaleza de los bienes, derechos u obligaciones de un ente.

De igual forma, es importante conocer los subgrupos de cuentas contables que a continuación se detallan:

a. ACTIVO

- **Activo corriente:** Son los bienes y derechos que por su naturaleza se espera convertir en efectivo, en otra partida del activo o consumirlos, dentro de los doce (12) meses una vez realizada la transacción.

- **Activo no corriente:** Son los bienes y derechos cuya realización se espera efectuar después de los doce (12) meses de realizada la transacción.
- **Otros activos:** Comprende los bienes y derechos de la entidad que no han sido categorizados en los rubros anteriores.

b. PASIVO

- **Pasivo corriente (corto plazo):** Son las obligaciones ciertas o eventuales cuyo vencimiento será inferior a doce (12) meses una vez contraída la deuda.
- **Pasivo no corriente (largo plazo):** Son las obligaciones ciertas o eventuales cuyo vencimiento operará en un plazo superior a los doce (12) meses una vez contraída la deuda.
- **Otros pasivos:** Son las obligaciones ciertas o eventuales cuyo vencimiento se producirá dentro de los doce (12) meses de contraída la deuda y que no se han incluido en los rubros anteriores.

c. PATRIMONIO

- **Capital:** Representa la financiación procedente de las aportaciones realizadas por los propietarios o socios de la empresa, tanto en el momento en que se ha constituido la misma como en fechas posteriores.

- **Reservas:** Comprende los fondos que ingresan al patrimonio de la empresa u organización con carácter de reservas.
- **Superávit de capital:** Es aquella cuenta donde se refleja el incremento patrimonial que tiene origen diferente al giro ordinario de los negocios o al aumento de la inversión.
- **Superávit de operación:** Se forma debido a la acumulación de utilidades obtenidas en las operaciones normales o en las extraordinarias, las cuales no han sido repartidas ni incorporadas al capital social y pueden repartirse en forma de dividendos o capitalizarse.

d. INGRESOS (RENTAS)

- **Ingresos operacionales:** Son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa u organización.
- **Ingresos no operacionales:** Son aquellos ingresos que por lo general son ocasionales o temporales.

e. COSTOS

- **Costos fijos:** Son aquellos costos constantes, es decir, son independientes del volumen o nivel de producción.
- **Costos variables:** Son aquellos que están en función del volumen de producción y de ventas, es decir, varían a las fluctuaciones de la producción.

- **Costos mixtos:** Son aquellos costos que contienen dos elementos: fijo y variable.

f. GASTOS

- **Gastos operacionales:** Son los costos en los que una empresa u organización incurre como parte de sus actividades regulares, sin incluir los costos de bienes vendidos.
- **Gastos no operacionales:** Se refiere a varios gastos de la empresa, que no son parte de la operación normal del negocio.

g. CUENTAS DE ORDEN

- **Cuentas de orden deudoras:** Agrupa a las cuentas que reflejan hechos o circunstancias de los cuales se pueden generar derechos afectando la estructura financiera del ente económico.
- **Cuentas de orden acreedoras:** Agrupa a las cuentas que registran los compromisos o contratos que se relacionan con posibles obligaciones y que por tanto puedan llegar a afectar la estructura financiera del ente económico.

1.3. Ciclo contable

Según Bravo (2013): “El proceso contable se refiere a todas las operaciones y transacciones que registra la contabilidad en un período determinado, desde la apertura de libros hasta la preparación y elaboración de los estados financieros” (pp. 33).

A continuación, en la Figura 1 se puede observar el ciclo contable:

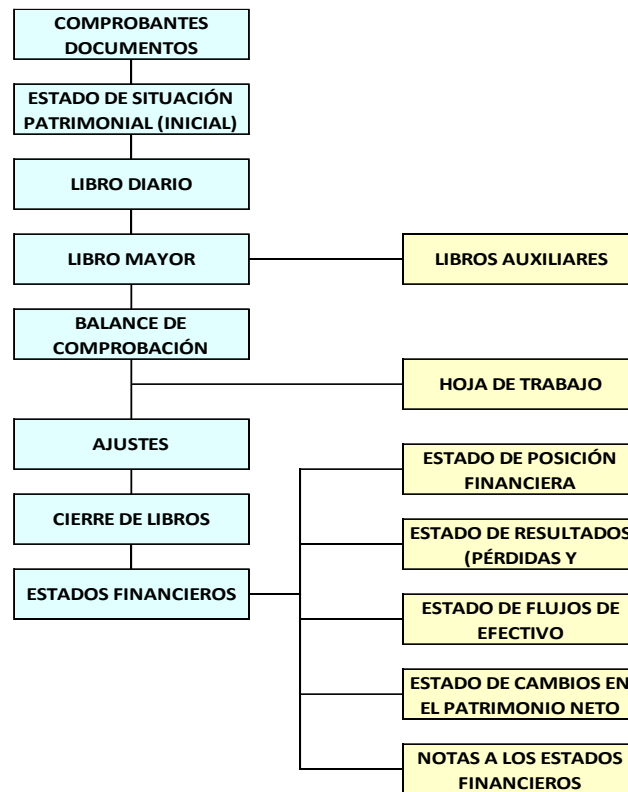


Figura 1. Ciclo contable

Fuente: Bravo, M. (2013). *Contabilidad General*. Quito: Escobar Impresores.

Warren, Reeve y Duchac (2016) aseguran que, el ciclo contable es el proceso que empieza con el análisis y registro de las transacciones en asientos de diario y concluye con la balanza de comprobación:

- Paso 1. Las transacciones se analizan y registran en asientos de diario mediante pólizas.
- Paso 2. Las transacciones se pasan al libro mayor.
- Paso 3. Se prepara una balanza de comprobación no ajustada.

- Paso 4. Se recaba y analiza la información de los ajustes.
- Paso 5. Se prepara una hoja de cálculo (hoja de trabajo) opcional de final de período.
- Paso 6. Los asientos de ajuste se registran en asientos de diario y se pasan al libro mayor.
- Paso 7. Se prepara una balanza de comprobación ajustada.
- Paso 8. Se elaboran los estados financieros.
- Paso 9. Los asientos de cierre se registran en asientos de diario y se pasan al libro mayor.
- Paso 10. Se prepara una balanza de comprobación después del cierre.

1.4. Control interno

1.4.1. Definición.

Para Santillana (2015):

El control interno comprende el plan de organización y todos los métodos y procedimientos que en forma coordinada adoptan la dirección general, los responsables del gobierno y otro personal de la entidad para salvaguardar sus activos y documentación relevante; asegurar la razonabilidad y confiabilidad de su información financiera y presupuestal, y la complementaria administrativa y operacional; promover la eficiencia operativa; y estimular el acatamiento y adhesión a la legislación, normatividad y a las políticas prescritas por la administración. Es un proceso que incluye las actividades que llevan a cabo todos los miembros de una

entidad económica para proporcionar una seguridad razonable en el cumplimiento de los objetivos institucionales. (pp. 48-49)

1.4.2. Importancia.

Mantilla (2013) asegura que, el control interno es útil e importante, pues se justifica como un medio para alcanzar un fin, es decir, los objetivos del negocio, pero siempre y cuando aporte valor, por tanto, se puede entender desde dos perspectivas:

- La primera es la generación de valor para el cliente y para ello los objetivos del negocio deben estar centrados en la eficacia y eficiencia de las operaciones, la confiabilidad de la información financiera, el cumplimiento de normas y obligaciones, y la salvaguarda de activos.
- La segunda se refiere a la generación de valor para el accionista, donde para el logro de los objetivos del negocio, se requiere garantizar en términos de seguridad razonable, proteger el patrimonio de los propietarios y agregar valor al mismo, a través de la administración de riesgos.

1.4.3. Principios.

Santillana (2015) refiere que, es de suma importancia conocer los principios básicos del control interno que, a continuación, se detallan:

- **Principio de equilibrio:** La autoridad se delega y la responsabilidad se comparte, pues al delegar la autoridad es necesario determinar los mecanismos suficientes para verificar que se está cumpliendo con la

responsabilidad conferida y así mismo que la autoridad delegada está siendo debidamente ejercida.

- **Principio de los objetivos:** El control debe ser validado siempre y cuando se fundamenta en los objetivos, por lo tanto, es imprescindible establecer medidas específicas o estándares que sirvan de patrón para la evaluación de lo establecido.
- **Principio de la oportunidad:** El control debe aplicarse antes de que se produzca el error, de tal manera que sea posible tomar medidas correctivas con anticipación.
- **Principio de las desviaciones:** Todas las variaciones o desviaciones que se presenten en relación con los planes deben ser analizadas minuciosamente, para de esta manera conocer las causas que las originaron con el fin de tomar las medidas necesarias y evitarlas en el futuro.
- **Principio de excepción:** El control debe aplicarse de preferencia a las actividades representativas, delimitando de manera adecuada las funciones estratégicas que requieren control, con el fin de reducir costos y tiempo.
- **Principio de la función controlada:** La persona que realiza el control no debe estar involucrada con la actividad a controlar.

1.5. Análisis económico financiero

1.5.1. Inversión en activos fijos.

Florez (2015) asegura que, de acuerdo con las especificaciones obtenidas en el estudio técnico, se deben determinar los montos de inversión y el cronograma de

realización de compra de: maquinaria y equipos, las instalaciones donde va a funcionar el proyecto, los muebles y enseres, los vehículos, etc. Esta información se recoge en formatos diseñados para tal fin, mismo que permitan identificar sus cuantías y los momentos en que se deben efectuar. Es notable que, con excepción de los terrenos, los demás activos fijos, sufren deterioro por su uso, y es reconocido a través de la aplicación de la depreciación que se estima periódicamente, ya sea en forma mensual, anual o mediante un registro contable.

1.5.2. Inversión en capital de trabajo.

Para Florez (2015), el capital de trabajo se refiere al conjunto de recursos necesarios para la operación normal de la empresa u organización en un tiempo determinado. El monto del capital de trabajo depende de los recursos necesarios para atender gastos administrativos de corto plazo, tales como: salarios, arriendos, servicios, etc. y también depende de la duración del proceso técnico de transformación, del valor de inventarios, de la política de crédito sobre las ventas y del período de pago sobre las compras, pues si el capital de trabajo se subestima, puede disminuir la cantidad de artículos producidos con grandes consecuencias, como la disminución del volumen de ventas, pérdida de la participación en el mercado y disminución de la rentabilidad de la empresa.

1.5.3. Presupuesto de ingresos.

Según Florez (2015), las fuentes de ingresos pueden ser de carácter operacional y no operacional, dentro de las operacionales, se encuentran las ventas de productos o la presentación de servicios, mientras que, los no operacionales se refieren a los rendimientos que pueden producir los activos por la puesta de excedentes de efectivo. Los ingresos operacionales son muy importantes en la construcción del flujo de fondos y la rentabilidad del plan de negocios, pues una inadecuada proyección de ingresos puede generar desfases en el flujo de fondos netos, lo cual conlleva al fracaso del proyecto, pero así mismo, una buena

proyección de éstos, se puede lograr si se hace con detalle el estudio de mercado, en cuanto a la proyección de la demanda y a una buena estructura y comportamiento de la política de precios establecidos.

1.5.4. Presupuesto de personal.

Para Flórez (2015):

Una vez definida la estructura orgánica de la empresa, la cual incluye la determinación del personal que se va a vincular a la empresa a través de un contrato de trabajo, se procede a elaborar la respectiva planta de personal. Es importante organizarla de acuerdo con los conceptos de gastos operativos de administración, de ventas y costo de producción – este último para incluirlo como mano de obra directa. (pp. 118)

1.6. La agroindustria en el Ecuador

1.6.1. Importancia del sector avícola en el Ecuador.

Según la Revista El Agro (2016):

En una de sus publicaciones expresa que, la avicultura es parte de la cadena productiva del maíz, soya y balanceados, que es una de las de mayor importancia dentro del sector agropecuario ecuatoriano, tal como se muestra en la Figura 2. Esta cadena productiva lejos de ser excluyente es un motor de superación de la pobreza para decenas de miles de pequeños productores agrícolas y avícolas que son actores integrados.



Figura 2. Cadena productiva del maíz, soya y balanceados según la Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador CONAVE

Fuente: *Revista El Agro: El huevo como alimento nutricional*. (Diciembre de 2016). Obtenido de *El huevo como alimento nutricional*: <http://www.revistaelagro.com>.

Para la Revista El Agro (2016):

Es importante mencionar que, en el año 2014 la producción de alimentos balanceados fue de 2.3 millones de toneladas métricas, de las cuales el 70% se destina a la crianza de aves, el 11% para la crianza de cerdos y el resto consumen diferentes especies. En el año 2015, la CONAVE realizó un estudio, donde se observa que ésta cadena representa el 13% del PIB Agropecuario y el 4.6% del PEA. Por otra parte, es importante el aporte a la seguridad alimentaria, generación de empleos y además los ingresos que representan para los pequeños productores de maíz y soya a nivel nacional.

Según la Revista El Agro: Análisis de la Avicultura en Ecuador, 2016:

Cabe mencionar que, actualmente existen granjas avícolas en todas las provincias del Ecuador, donde la producción es permanente a lo largo del año, y para ello es importante considerar el ciclo productivo de un pollo de engorde, mismo que es alrededor de 42 días con un peso promedio de 2.2 kilos.

1.6.2. El huevo como alimento nutricional.

Para la Revista El Agro (2016):

El huevo es un alimento rico en vitaminas, sin embargo, los datos errados que afirman que su contenido en colesterol es alto, ha favorecido una mala imagen del producto alimenticio, lo cual ha ocasionado la restricción de su consumo. Por otro lado, el huevo es una importante fuente de minerales, tales como: selenio, potasio, fósforo, yodo y zinc, también es fuente de vitaminas, entre ellas se encuentran la vitamina B12, biotina, ácido pantoténico, riboflavina, niacina, vitamina A, vitamina E y vitamina D. Es así como, debido a la riqueza alimenticia del huevo, su papel nutricional es muy importante para el adecuado desarrollo del organismo, como es el caso de los niños y los adolescentes.

1.6.3. Producción y comercialización de huevo en el Ecuador.

Según el Periódico Instantáneo del Ecuador (2017):

Según las estadísticas de la Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador (CONAVE), el consumo de huevo tuvo un incremento de 121 a 140 por cada ecuatoriano, en menos de dos años, esto debido a su bajo costo, gran valor nutricional y facilidad de acceso. Es así como se concluye que cada ecuatoriano consume aproximadamente una docena de huevos en promedio por mes.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, a través de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC (2016), del total de aves de campo existentes en el año 2016, el 47,86% corresponde a la producción de pollitos y pollos, el 44,73% de gallos y gallinas, el 6,74% de patos y el 0,66% de pavos, tal como se muestra en la Figura 3.

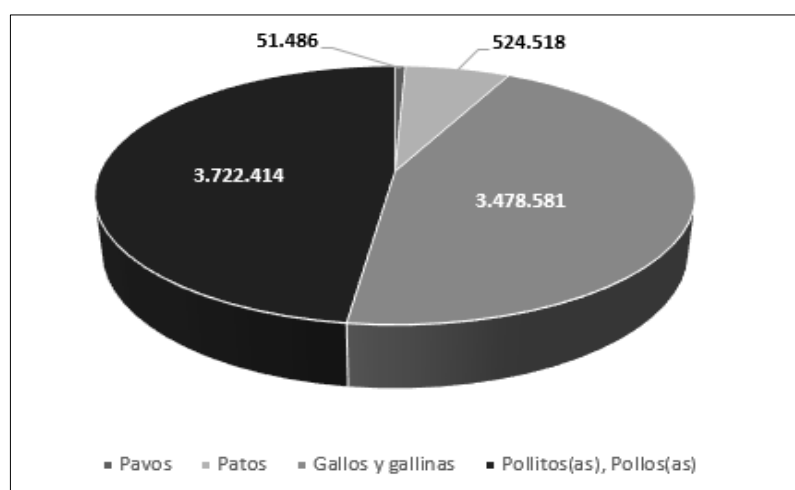


Figura 3. Total de aves de campo existentes en el 2016

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC 2016, 2016.

En cuanto a la existencia de aves en planteles avícolas, la crianza de pollitos y pollos tuvo una mayor participación con el 73,66%, seguida de la producción de gallinas ponedoras con el 22,03%, gallinas reproductoras con el 3,50% y en menor participación la crianza de avestruces, pavos y codornices que suman el 0,88%, como se puede observar en la Figura 4.

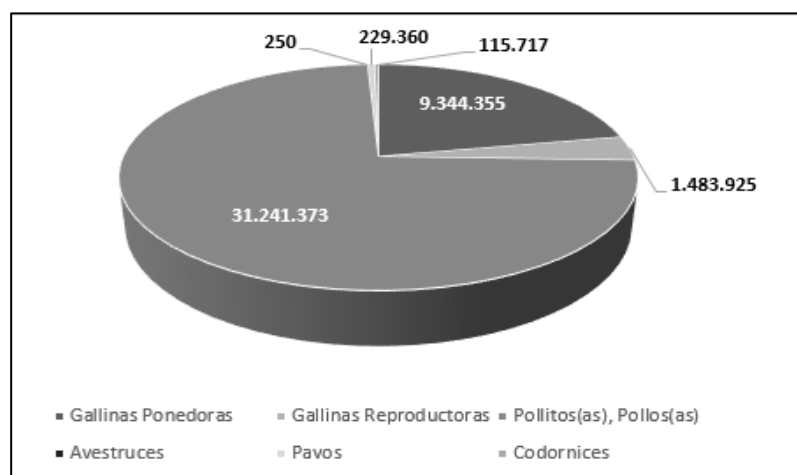


Figura 4. Existencia de aves en planteles avícolas en el 2016

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC 2016.

Como se indica en la Figura 5 y Figura 6 respectivamente, en el año 2016, de la producción total de huevos de gallina, el 90,81% provienen de planteles avícolas y el 9,19% de campo. En la región Sierra se concentra la mayor producción de huevos con 50,24 millones, lo que representa el 84,92% del total nacional, seguido de la Costa con el 13,93% y el Oriente con el 1,14%.

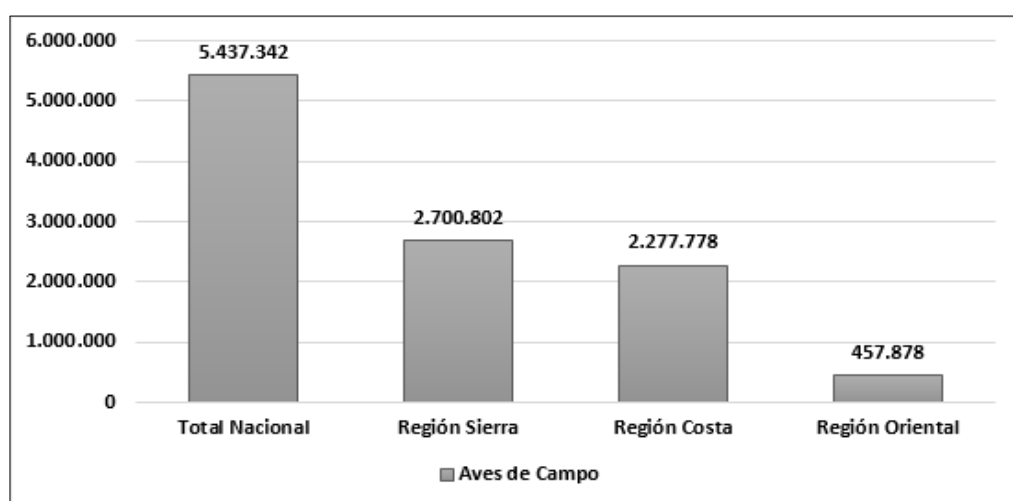


Figura 5. Producción total de huevos de gallina provenientes de aves de campo

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC 2016.

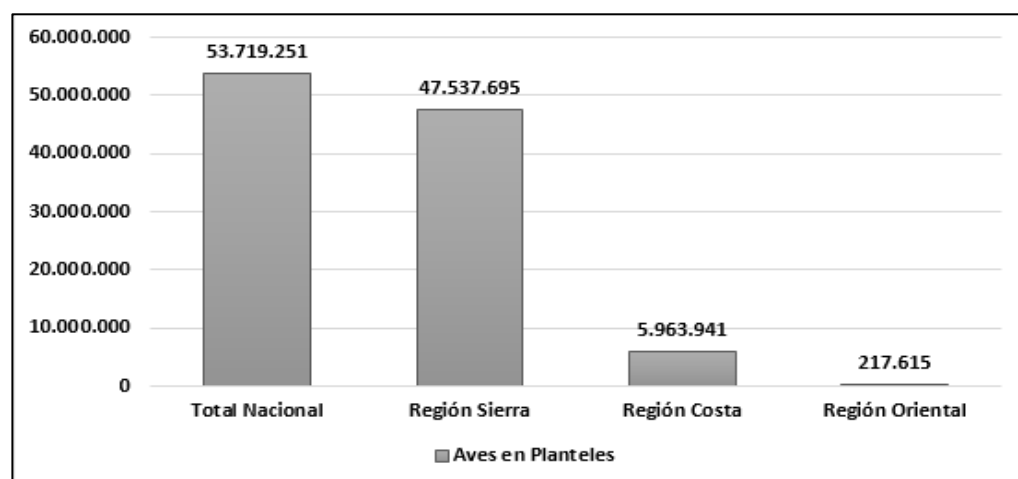


Figura 6. Producción total de huevos de gallina provenientes de planteles avícolas

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC 2016.

A continuación, en la Figura 7 y Figura 8, se muestra el destino de la producción tanto de huevos en campo como de huevos en planteles avícolas.

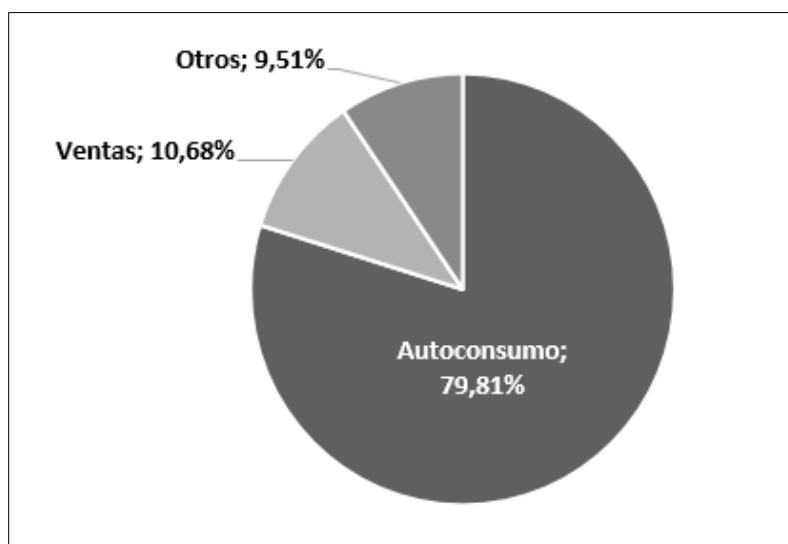


Figura 7. Destino de la producción de huevos en campo

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC 2016.

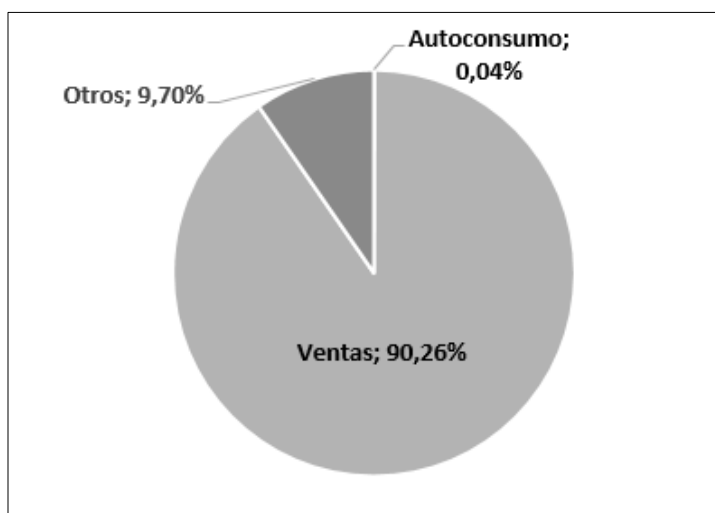


Figura 8. Destino de la producción de huevos en planteles avícolas

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC 2016, 2016.

1.6.4. Granjas productoras de huevo.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, a través de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC (2016), una vez tomada la muestra de marcos múltiples, permite presentar a continuación en la Tabla 1, la capacidad total de los galpones a nivel nacional y regional.

Tabla 1:
Capacidad total de galpones

REGIÓN/Provincia	Capacidad Total de los Galpones	Total Pollos y Gallinas		Total de Pollos (Broilers)		Reproductoras Pesadas		Reproductoras Livianas		Ponedoras de Huevos de Mesa	
		Número de Granjas	Número de Aves	Número de Granjas	Número de Aves	Número de Granjas	Número de Aves	Número de Granjas	Número de Aves	Número de Granjas	Número de Aves
TOTAL NACIONAL	40.213.539	1.547	28.465.585	1.223	18.850.808	41	1.550.971	10	123.200	284	7.940.606
REGIÓN SIERRA	22.848.529	841	16.500.005	620	9.230.347	26	992.837	4	52.500	196	6.224.321
REGIÓN COSTA	15.112.135	540	10.252.579	448	8.006.745	10	494.834	4	47.500	82	1.703.500
REGIÓN AMAZÓNICA Y ZC	2.252.875	166	1.713.001	155	1.613.716	5	63.300	2	23.200	6	12.785
Azuay	517.600	72	243.235	70	192.235	2	51.000	0	0	0	0
Bolívar	71.800	5	49.700	4	40.200	1	9.500	0	0	0	0
Cañar	427.150	44	234.350	44	234.350	0	0	0	0	0	0
Carchi	647.500	13	495.000	12	488.000	1	7.000	0	0	0	0
Cotopaxi	1.403.319	40	1.200.635	15	65.500	2	147.818	0	0	25	987.317
Chimborazo	1.505.430	47	1.268.970	38	1.201.870	0	0	0	0	9	67.100
El Oro	2.349.975	207	940.105	206	890.105	0	0	0	0	1	50.000
Esmeraldas	71.700	4	52.100	4	52.100	0	0	0	0	0	0
Guayas	8.314.280	88	6.532.634	80	5.951.900	5	435.734	2	5.000	1	140.000
Imbabura	2.062.180	72	839.623	68	776.623	3	48.000	0	0	1	15.000
Loja	558.850	61	251.960	61	251.960	0	0	0	0	0	0
Los Ríos	628.500	35	429.480	31	352.880	1	18.100	2	42.500	1	16.000
Manabí	3.747.680	206	2.298.260	127	759.760	4	41.000	0	0	79	1.497.500
Morona Santiago	39.135	15	12.535	15	11.500	0	0	0	0	1	1.035
Napo	148.300	16	88.900	11	25.600	5	63.300	0	0	0	0
Pastaza	411.900	28	302.000	26	278.800	0	0	2	23.200	0	0
Pichincha	10.192.600	293	7.580.927	246	5.581.259	17	729.519	4	52.500	28	1.217.649
Tungurahua	5.462.100	194	4.335.605	62	398.350	0	0	0	0	133	3.937.255
Zamora Chinchipe	69.540	55	23.179	54	12.479	0	0	0	0	2	10.700
Sucumbios	49.900	7	19.707	7	19.707	0	0	0	0	0	0
Orellana	62.100	31	36.380	28	35.330	0	0	0	0	3	1.050
Zonas en Conflicto	1.472.000	14	1.230.300	14	1.230.300	0	0	0	0	0	0

Nota. Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC 2016, 2016

1.7. Plan de negocios

1.7.1. Definición.

Para Prieto (2014):

El Plan de Negocios es el estudio de la información donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizan en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas, tanto para la promoción como para la fabricación del

producto; contiene entre sus puntos principales la evaluación sistemática e integral del proyecto y un análisis de su factibilidad. (pp. 214)

1.7.2. Importancia.

Según Prieto (2014), la elaboración del plan de negocios es un proceso que no se debe omitir ya que busca darle sentido y significado a la empresa u organización que se pretende crear, pues en muchas ocasiones, el plan de negocios debe elaborarse como condición para la adquisición de financiamientos o para la estructuración de un plan financiero que garantice el aprovechamiento óptimo de los recursos a emplear. Cabe destacar que, el plan de negocios es la entidad y vida de la empresa u organización, pues gracias a éste estudio se precisan por primera vez los principios y bases en que se fundará la organización, es decir, cuál será el concepto, el producto o servicio que brindará, en donde operará, cuál será la dimensión y el alcance de sus áreas funcionales, entre muchos otros elementos.

1.7.3. Componentes.

Para Prieto (2014), el núcleo del plan de negocios se contribuye por la fusión de dos elementos: el aspecto innovador del producto que se ofrecerá o de su forma de operar y la factibilidad de introducir al mercado la idea de negocio que se presenta. A pesar, que no existe un formato especial para la elaboración del plan, a continuación, se presenta las partes más comunes que conforman un plan de negocios:

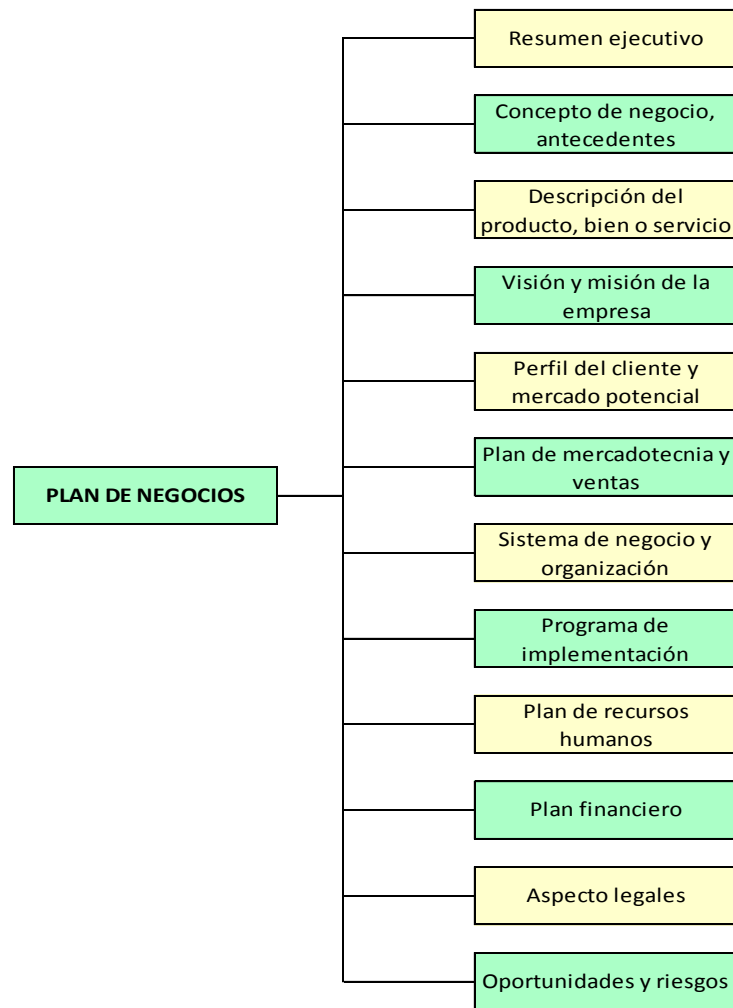


Figura 9. Componentes de un plan de negocios

Fuente: Prieto, C. (2014). *Emprendimiento: Conceptos y plan de negocios*. Mexico: Pearson Educación de Mexico S.A.

Elaborado por: La autora. 2017

1.8. Análisis del mercado

1.8.1. La demanda.

Para Florez (2015), la demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien y/o servicio, por tal motivo, es necesario conocer datos históricos que permitan analizar su comportamiento y conocer la tendencia que muestra el bien y/o servicio que se

pretende comercializar, para que, en base a esta información, se logre proyectar el comportamiento futuro de la demanda.

Florez (2015) asegura que, la demanda está en función del comportamiento del nivel de ingreso de los consumidores, del uso de los gastos de los mismos, de la tasa de crecimiento de la población, del desempeño de los precios, de las preferencias de los consumidores y de la actuación de las instituciones del Gobierno; Cabe destacar que, es de gran importancia delimitar la zona geográfica que se va atender con el bien y/o servicio a comercializar, pues gracias a esta segmentación, se podrá estimar un número de clientes potenciales que estarían dispuestos a comprar el bien o servicio que se va a ofrecer.

1.8.1.1. Estimación de la demanda futura.

Florez (2015) asegura que, para conocer el comportamiento histórico de la demanda de un producto o servicio que se pretende comercializar, es necesario recolectar toda la información relacionada con las cantidades vendidas o producidas y sus precios en un período de tiempo de cinco a siete años. Para estimar la demanda futura se puede utilizar los siguientes métodos:

- Método de los mínimos cuadrados.
- Método de regresión simple.
- Método de regresión con tres variables.
- Correlación estadística.

1.8.2. La oferta.

Para Florez (2015), estimar la oferta en un plan de negocio no es fácil, pues la información generalmente se encuentra en poder de las empresas competidoras. Por tanto, para el estudio de la oferta, se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- **Los proveedores:** Se debe identificar un número amplio de competidores y datos como: nombre de la empresa, el tipo de proceso tecnológico que aplica en su proceso de producción, la capacidad instalada, la capacidad utilizada, la estructura de costos y precios, el sistema de ventas, los canales de comercialización, la localización, entre otras.
- **Comportamiento del mercado de insumos:** Se refiere a la identificación respecto al comportamiento de las empresas que suministran los insumos, pues dependiendo del tipo de empresa que atiende los suministros al mercado, será el manejo de políticas de precios, oportunidades de entrega de la materia prima, política de ventas, etc.

1.8.3. Demanda a cubrir con el proyecto.

Florez (2015) refiere que, uno de los factores decisivos para el éxito del proyecto, es que el bien y/o servicio tenga mercado, por tal razón, es importante encontrar una demanda insatisfecha y una demanda potencial, debido a que, la primera permite ingresar al mercado y la segunda crecer.

1.8.4. Análisis de los precios.

Para Florez (2015), las empresas u organizaciones fijan precios para sus bienes y/o servicios tomando en cuenta el costo de fabricación, el comportamiento de la demanda y el mercado, sin embargo, el precio es el resultante del comportamiento de la oferta y la demanda, pero dependiendo del tipo de productos y/o servicios, se puede definir alguna estrategia para la fijación de los precios, tales como:

- Precios tomando en cuenta la estructura de costos de la organización.

- Precios fijados por el mercado.
- Fijación de precios de acuerdo con el comportamiento del precio de la competencia.
- Comportamiento histórico de los precios.
- Precios políticos.

1.8.5. Estrategias de comercialización.

1.8.5.1. *Producto.*

Florez (2015), se refiere al bien a comercializar, por tanto, tomando en cuenta el fenómeno de la globalización que se vive en la actualidad, se debe desarrollar productos con altos niveles de innovación y calidad. Para la satisfacción de necesidades del cliente, es importante tener presente las características, usos, atributos, ventajas y beneficios que prestará los productos y/o servicios a comprar. Por tal motivo, es de suma importancia hacer énfasis en los siguientes aspectos:

- Identificar las carencias existentes.
- Presentar el producto desde el punto de vista de cómo se puede solucionar dicha necesidad.
- Describir las características, usos, ventajas, beneficios y vigencia.
- Mencionar las ventajas competitivas.
- Crear en cierta forma barreras de entradas para darle protección al producto por algún tiempo, mientras aparezca la competencia.

1.8.5.2. Precio.

Para Florez (2015), la fijación del precio es la resultante de acuerdo entre los productores y consumidores, pues una empresa debe definir un precio inicial cuando desarrolla un nuevo producto o cuando realiza su introducción en una nueva zona geográfica o cuando está licitando para conseguir nuevos contratos. Las empresas u organizaciones fijarán los precios para sus bienes y/o servicios, tomando en cuenta: el costo de elaboración, el comportamiento de la demanda y el mercado.

1.8.5.3. Plaza.

Florez (2015) asegura que, la plaza o el canal de distribución está conformado por el conjunto de intermediarios que hacen llegar los bienes y/o servicios del productor al consumidor y/o usuario final. Generalmente, se utilizan los siguientes canales de distribución:

- Productor – consumidor final.
- Productor – minoristas – consumidor final.
- Productor – mayoristas – minoristas o detallistas.
- Productor – intermediarios – mayoristas – consumidor final

1.8.5.4. Promoción.

1.8.5.4.1. Promoción de las ventas.

Para Florez (2015), en cuanto a la promoción de ventas es necesario definir objetivos que se quieren obtener, para de esta manera seleccionar las herramientas que se van a utilizar y evaluar los resultados que se alcancen. A continuación, se detalla algunos tipos de promoción:

- **Promoción al consumo:** Busca a través de la realización de ventas promocionales, estimular el consumo.
- **Promoción comercial:** Pretende conseguir el apoyo de los canales de distribución, realizando mejores esfuerzos por vender.
- **Promoción para la fuerza de ventas:** A través de la motivación a la fuerza de ventas, se logren los objetivos propuestos.

1.8.5.4.2. Relaciones públicas.

Florez (2015), pretende crear una imagen favorable de la empresa u organización, y para ello, es importante determinar objetivos claros y concretos, la selección de mensaje y medios al segmento del mercado que se va atender. Los métodos que se pueden aplicar son los siguientes:

- Método de lo autorizado.
- Método del porcentaje de ventas.
- Método de paridad competitiva.
- Método de objetivo y tarea.

1.8.5.4.3. Ventas personales.

Es necesario contar con profesionales que interpreten los deseos de los clientes para de esta manera transmitir a la empresa u organización y que dichas empresas realicen las acciones necesarias que logren la satisfacción de los clientes, pero para aquello, es muy importante la capacitación a vendedores de manera constante (Florez, 2015).

1.9. Análisis administrativo

1.9.1 Estructura organizacional.

La organización en los planes de negocios se refiere a la definición de su estructura orgánica, personal de planta, asignación de funciones básicas a cada cargo o puesto de trabajo, establecimiento del límite de autoridad y responsabilidad, el proceso de reclutamiento, selección, inducción y capacitación, identificación de canales de comunicación, motivación, entre otras (Florez, 2015).

Para Florez (2015), desde el inicio del plan de negocios, conviene definir la estructura organizacional que más se ajuste al desarrollo de cada una de las etapas del mismo, incluyendo una estructura orgánica eficiente, la cual permita lograr los objetivos propuestos, así como el ente empresarial que más se ajuste a los intereses de los inversionistas.

1.10. Análisis legal

1.10.1 Aspectos legales.

Florez (2015) afirma que, para constituir una empresa u organización, es importante tomar en cuenta los siguientes puntos:

- Las actividades a las que se va a dedicar para poder determinar el tipo de empresa que más se ajuste al plan de negocios.
- El tipo de permiso, autorización o registro que se necesita.

- Y, las autoridades o entidades donde se debe dar trámite.

Para Florez (2015), una vez definida la actividad económica que se va a emprender y definido el número de socios que van a estar involucrados en el negocio, empresa u organización, se escogerá el tipo de empresa a constituir, y para ello se puede elegir entre las siguientes posibilidades:

- Personal natural
- Empresa unipersonal
- Fundación

1.10.1.1 Tipo de contribuyentes.

Según el Servicio de Rentas Internas SRI (2017), las obligaciones tributarias por contribuyente son:

- **Personas naturales: régimen general**

Las personas naturales son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas. Las personas naturales se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

Para efectos tributarios, las asociaciones, comunas y cooperativas sujetas a la vigilancia de la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria, con excepción de las entidades del sistema financiero popular y solidario, podrán llevar registros contables de conformidad con normas simplificadas que se establezcan en el reglamento.

- **Personas naturales: régimen simplificado (RISE)**

El RISE es un nuevo régimen de incorporación voluntaria, reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país.

Las personas naturales que pueden acogerse al RISE, deben cumplir los siguientes requisitos:

- No tener ingresos mayores a USD 60,000 en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravada con tarifa cero por ciento (0%) para cada año.
- No dedicarse a alguna de las actividades restringidas.
- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

- **Sociedades**

Las sociedades son personas jurídicas que realizan actividades económicas lícitas amparadas en una figura legal propia. Estas se dividen en privadas y públicas, de acuerdo al documento de creación.

Las sociedades deberán llevar la contabilidad bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

1.10.1.2 Ley de reactivación económica

Según el registro oficial, en cuanto a la ley orgánica para la reactivación de la economía, fortalecimiento de la dolarización y modernización de la gestión financiera (2018), el proyecto potencia a las micro y pequeñas empresas y de igual forma, a la Economía Popular y Solidaria; ésta ley impulsa la participación del sector privado, establece incentivos tributarios, extiende las condiciones de deducción de los contribuyentes, para deducir gastos de hijos y padres dependientes, además, de las pensiones alimenticias que no solo son rubros de alimentación, reactiva la economía, fortalece la dolarización y moderniza la gestión financiera.

Es importante mencionar que, las nuevas microempresas que inicien su actividad económica estarán exoneradas del Impuesto a la Renta durante tres años, contados a partir del primer ejercicio fiscal en el cual generen ingresos operacionales, siempre y cuando generen empleo neto o incorporen valor agregado nacional en sus procesos productivos.

Para efectos tributarios, la clasificación de las micro, pequeñas y medianas empresas, deberá considerar al menos, criterio de ventas o ingresos brutos,

sin perjuicio de las demás condiciones, límites, requisitos y criterios adicionales que se determinen en el respectivo reglamento.

Por otro lado, la Superintendencia de Bancos tendrá a su cargo el Registro de Datos Crediticios, mismos que pueden ser dados por sí misma o a través de terceros, efectuando un proceso licitatorio que incluya a personas jurídicas nacionales o extranjeras de reconocida trayectoria.

Capítulo II: Diagnóstico situacional

2.1. Antecedentes diagnósticos

El depósito de huevos “Gicelita”, es una microempresa creada hace 9 años y obligada a llevar contabilidad, la cual se encuentra ubicada en la provincia del Carchi, cantón Espejo, ciudad El Ángel, en la calle Bolívar 04-44 y panamericana norte, ésta se dedica a la distribución de huevos al por menor en la provincia del Carchi, en los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar. El depósito de huevos “Gicelita” cumple sus actividades con el desempeño del propietario, un trabajador y un solo proveedor “Grupo Casa Grande”, el cual es contribuyente especial y está ubicado en el km 6 vía al Puyo. Cabe mencionar que, el depósito de huevos “Gicelita” realiza dos pedidos en la semana por un monto aproximado de \$5.129,00 cada uno. Según una visita preliminar se puede observar que, el depósito de huevos “Gicelita” no posee una adecuada imagen corporativa que facilite la identificación del negocio por parte de sus clientes; además, no cuenta con un plan estratégico lo cual perjudica su avance y control.

La propietaria del depósito de huevos “Gicelita” manifiesta no haber contratado profesionales para el área administrativa y de ventas, por los costos y responsabilidad patronal que involucra; por eso actualmente tiene un solo trabajador multifuncional para la distribución y comercialización del producto.

Según la propietaria del depósito de huevos “Gicelita”, tiene con aproximadamente 150 clientes, mismo que obtienen crédito directo sin respaldo documentado, lo que dificulta la recuperación de las cuentas por cobrar, por tal motivo se establece una carencia en políticas de crédito.

Los principales competidores son: Indaves, Incubandina S.A. y Huevo El Oro, mismos que son reconocidos por calidad aunque sus precios es elevados mercado. El depósito de huevos “Gicelita” frente a la competencia mantiene calidad y precios accesibles aunque en ocasiones sus precios dependan de la oferta y demanda del mercado.

Por tanto, esta problemática con lleva a implementar un plan de negocios con un sistema adecuado en cuanto al manejo contable, comercial, administrativo y financiero del depósito de huevos “Gicelita”, con el fin de coordinar y controlar todos los procesos, optimizando recursos e incrementando la rentabilidad de la empresa.

2.2. Objetivos

2.2.1. Objetivo general.

Diseñar un plan de negocios para la distribuidora de huevos “Gicelita”, en la ciudad de El Ángel, Cantón Espejo, Provincia del Carchi.

2.2.2. Objetivos Específicos.

- Realizar un diagnóstico técnico de la situacional contable y control interno del depósito de huevos “Gicelita”.
- Identificar los procedimientos de registro y control contable que lleva la empresa.
- Determinar la estructura organizacional y funcional del depósito de huevos “Gicelita”.
- Establecer los procesos de comercialización que emplea la empresa.
- Realizar un estudio de mercado para determinar el nivel de la oferta, demanda, precio y comercialización del producto.
- Diseñar la propuesta del plan de Negocios para el depósito de huevos “Gicelita”.

2.3. Variables diagnóstico

- **Variable N° 1:** Situación control interno contable.
- **Variable N° 2:** Registro y control contable.
- **Variable N° 3:** Estructura organizacional.
- **Variable N° 4:** Proceso comercial.
- **Variable N° 5:** Mercadeo.

2.4. Indicadores

- **Variable N° 1:** Situación control interno contable

Indicadores:

- Manual de control interno
- Estados financieros

- **Variable N° 2:** Registro y control contable

Indicadores:

- Libro diario
- Ingresos
- Egresos
- Inventarios

- **Variable N° 3:** Estructura organizacional.

Indicadores:

- Misión, visión, valores
- Talento humano
- Comercialización

- **Variable N° 4:** Proceso comercial

Indicadores:

- Políticas
- Normas
- Plan comercial
- Estrategias

- **Variable N° 5:** Mercadeo

Indicadores:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

2.5. Matriz de relación

Tabla 2:

Matriz de relación

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Realizar un diagnóstico técnico de la situacional contable y control interno contable del depósito de huevos “Gicelita”.	Situación control interno contable	- Manual de control interno - Estados financieros	- Entrevista - Observación	-Propietaria -Registros contables
Identificar los procedimientos de registro y control contable que lleva la empresa.	Registro y control contable	- Libro diario - Ingresos - Egresos - Inventarios	- Observación - Entrevista - Entrevista - Entrevista	-Registros contables - Propietaria - Propietaria - Propietaria
Determinar la estructura organizacional y funcional del depósito de huevos “Gicelita”.	Estructura organizacional	-Misión, visión, valores -Talento Humano -Comercialización	- Entrevista - Entrevista - Entrevista	- Propietaria - Propietaria - Propietaria
Establecer los procesos de comercialización que emplea la distribuidora	Proceso comercial	- Políticas - Normas - Plan comercial - Estrategias	- Observación - Entrevista - Entrevista - Entrevista	- Documentos - Propietaria - Propietaria - Propietaria
Realizar un estudio de mercado para determinar el nivel de la oferta, demanda, precio y comercialización del producto.	Mercadeo	-Producto -Precio -Plaza -Promoción	- Entrevista - Entrevista - Entrevista - Entrevista	- Clientes - Clientes - Propietaria - Propietaria

Nota. En la matriz de relación se presentan los objetivos específicos, sus variables e indicadores, con el fin de determinar las técnicas y fuentes de información, que permitirán realizar la investigación de mercado

Elaborado por: La autora, 201

2.6. Mecánica operativa.

2.6.1. Población o universo.

La población motivo de investigación, está direccionada a los propietarios de las tiendas y comercios, pertenecientes a la provincia del Carchi, de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, incluyendo parroquias urbanas y rurales, donde se concentre la venta del producto.

En la Tabla 3, se puede apreciar el número y porcentaje de empresas según el tamaño, de igual forma, en la Tabla 4 se puede observar el número y porcentaje de empresas según los sectores económicos, todas pertenecientes a los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar de la provincia del Carchi.

Tabla 3:
Empresas según su tamaño

TAMAÑO DE EMPRESA	NÚMERO DE EMPRESAS	% EMPRESAS
Microempresa	3.247	94,66%
Pequeña empresa	158	4,61%
Mediana empresa "A"	17	0,50%
Mediana empresa "B"	4	0,12%
Grande empresa	4	0,12%
TOTAL	3.430	100,00%

Nota. Número y porcentaje de empresas pertenecientes a los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, de la provincia del Carchi, según su tamaño. Fuente: INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017.
Elaborado por: La autora. 2017

Tabla 4:
Empresas según sectores económicos

SECTORES ECONÓMICOS	NÚMERO DE EMPRESAS	% EMPRESAS
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1.264	36,85%
Explotación de Minas y Canteras	1	0,03%
Industrias Manufactureras	128	3,73%
Comercio	1.030	30,03%
Construcción	37	1,08%
Servicios	970	28,28%
TOTAL	3.430	100,00%

Nota. Número y porcentaje de empresas pertenecientes a los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, de la provincia del Carchi, según los sectores económicos. Fuente: INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017.
Elaborado por: La autora. 2017

A continuación, en la Tabla 5 se presenta el número de microempresas dedicadas al comercio en las parroquias urbanas y rurales, de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar pertenecientes a la provincia del Carchi.

Tabla 5:
Número de microempresas dedicadas al comercio

CANTÓN	PARROQUIA	NÚMERO DE MICROEMPRESAS	% EMPRESARIAL
ESPEJO	El Ángel	129	13,2%
	El Goaltal	6	0,6%
	La Libertad	41	4,2%
	San Isidro	47	4,8%
	Total	223	-
BOLÍVAR	Bolívar	117	12,0%
	García Moreno	15	1,5%
	Los Andes	21	2,2%
	Monte Olivo	20	2,1%
	San Rafael	22	2,3%
	San Vicente de Pusir	14	1,4%
	Total	209	-
Montufar	San Gabriel	543	55,7%
	Total	543	-
Total		975	100%

Nota. Número y porcentaje de microempresas dedicadas al comercio, en las parroquias urbanas y rurales, de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, pertenecientes a la provincia del Carchi. Fuente: INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017.
Elaborado por: La autora. 2017

Según el INEC (2015), se detalla el número de microempresas dedicadas tanto a la venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, como también, a la venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en comercios especializados, en las parroquias urbanas y rurales de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, respectivamente.

Tabla 6:

Número de microempresas dedicadas a la venta al por mayor y al por menor

CANTÓN	PARROQUIA	NÚMERO DE MICROEMPRESAS	% EMPRESARIAL
ESPEJO	El Ángel	15	11,4%
	El Goaltal	1	0,8%
	La Libertad	8	6,1%
	San Isidro	4	3,0%
	Total	28	-
BOLÍVAR	Bolívar	24	18,2%
	García Moreno	2	1,5%
	Los Andes	6	4,5%
	Monte Olivo	2	1,5%
	San Rafael	6	4,5%
	San Vicente de Pusir	5	3,8%
	Total	45	-
Montufar	San Gabriel	59	44,7%
	Total	59	-
Total		132	100%

Nota. Número y porcentaje de microempresas dedicadas a la venta al por mayor y al por menor de alimentos, bebida y tabaco, en las parroquias urbanas y rurales, de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, pertenecientes a la provincia del Carchi. Fuente: INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017.

Elaborado por: La autora. 2017

Por tanto, tal como se muestra en la Tabla 6, la población es de 132 microempresas, mismas que servirán de referencia para levantar encuestas en cada una de las parroquias de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, pertenecientes a la provincia del Carchi.

2.6.2. Información primaria.

2.6.3.1. Entrevista.

Se realizó la entrevista a la propietaria y empleado del depósito de huevos “Gicelita”.

2.6.3.2. Encuesta.

La encuesta se aplicó a las 132 microempresas dedicadas al comercio, mismas que representan el 100% de los negocios ubicados en las parroquias urbanas y rurales, de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, de la provincia del Carchi. Considerándose como mercado meta del depósito de huevos “Gicelita”.

2.6.3. Información secundaria.

Se obtendrá de textos basados en fuentes primarias, artículos y directorios, que sustentan la presente investigación.

2.7. Tabulación y análisis de la información

2.7.1. Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas y comercios.

La encuesta aplicada a los propietarios de tiendas y comercios, dedicados a la venta de huevos de gallina, se puede visualizar en el Anexo 1 y la tabulación respectiva se presenta a continuación:

Pregunta 1: ¿Actualmente, en su negocio comercializa usted huevos de gallina?

Tabla 7:

Negocios dedicados a la comercialización de huevos

COMERCIALIZACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	132	100%
No	0	0%
TOTAL	132	100%

Nota. Número y porcentaje de negocios dedicados a la venta al por mayor y al menor de huevos de gallina, en las parroquias urbanas y rurales, de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar.

Elaborado por: La autora. 2017

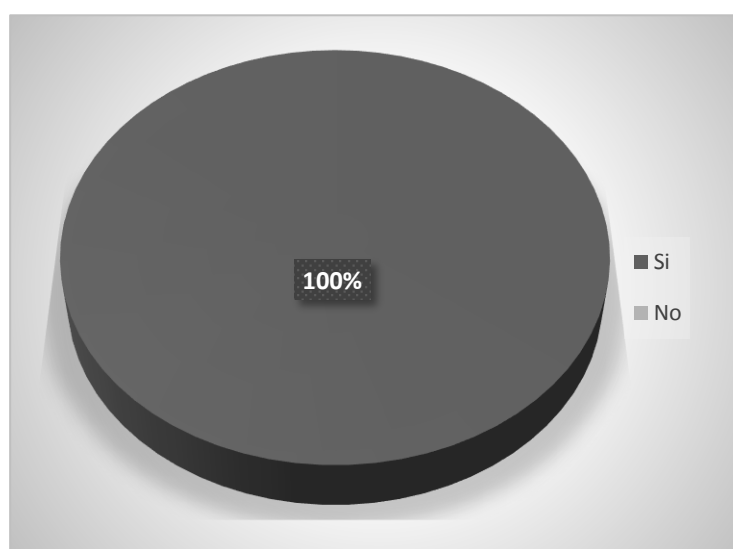


Figura 10. Porcentaje de negocios dedicados a la comercialización de huevos de gallina

Elaborado por: La autora. 2017

Interpretación: Todos los propietarios de tiendas y comercios (100%) incluyen en su venta huevos de gallina, debido a que el mercado así lo demanda, pues el huevo es considerado un alimento básico en la dieta humana por su alto valor nutritivo.

Pregunta 2: ¿Con qué frecuencia compra usted huevos de gallina?

Tabla 8:

Frecuencia de compra de huevos de gallina

FRECUENCIA DE COMPRA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	2	1%
Semanal	129	98%
Quincenal	1	1%
Mensual	0	0%
TOTAL	132	100%

Nota. Cantidad y porcentaje de negocios y su frecuencia de compra de huevos de gallina, en las parroquias urbanas y rurales, de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, pertenecientes a la provincia del Carchi. Elaborado por: La autora. 2017

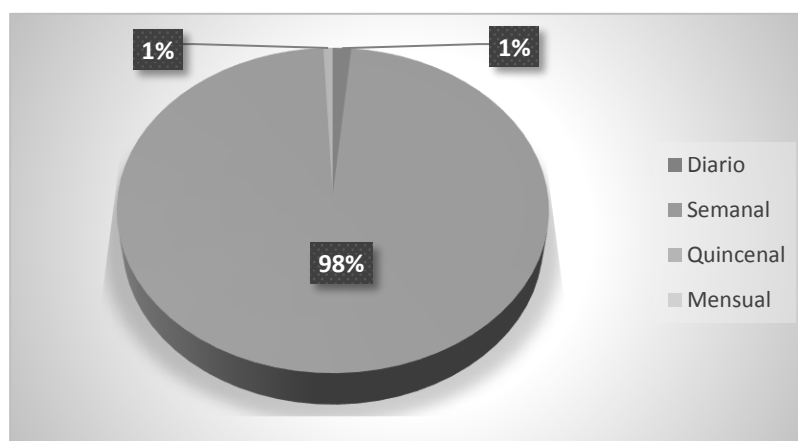


Figura 11. Porcentaje de negocios y su frecuencia de compra de huevos de gallina

Elaborado por: La autora. 2017

Interpretación: Aproximadamente, el 98% de los propietarios de tiendas y comercios, compran huevos de gallina con una frecuencia semanal debido a que generalmente cada 8 días es entregado el producto por parte de los proveedores y apenas el 2% adquieren huevos de gallina con una frecuencia diario y quincenal, esto de acuerdo a los pedidos por parte de los clientes.

Pregunta 3: ¿Cuántas cubetas de huevos, generalmente compra usted cada mes?

Tabla 9:

Cantidad de cubetas de huevos que compran al mes

CANTIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 30 cubetas	73	55%
31 - 75 cubetas	49	37%
76 - 100 cubetas	8	6%
De 101 a 150 cubetas	1	1%
Más de 150 cubetas	1	1%
TOTAL	132	100%

Nota. Número y porcentaje de negocios y la cantidad de cubetas de huevos de gallina, que generalmente compran cada mes, en las parroquias urbanas y rurales, de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, pertenecientes a la provincia del Carchi.

Elaborado por: La autora. 2017

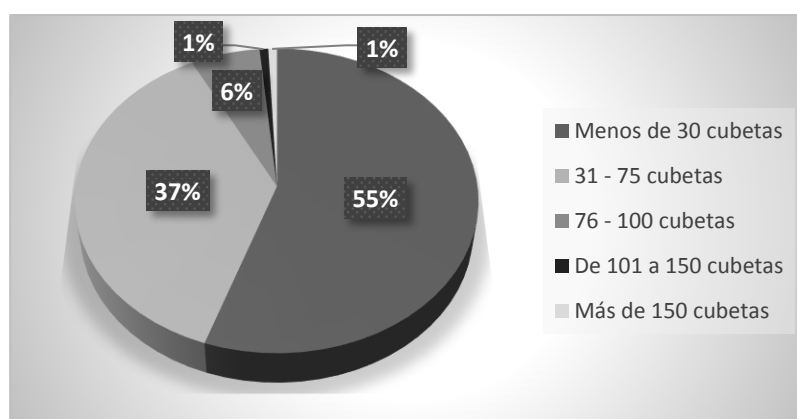


Figura 12. Porcentaje de negocios y la cantidad de cubetas de huevos de gallina que compran cada mes

Elaborado por: La autora. 2017

Interpretación: En cuanto a la cantidad de cubetas de huevos que los propietarios de tiendas y comercios suelen comprar cada mes, se puede observar que un porcentaje significativo del 55% compra menos de 30 cubetas, mientras que el 37% generalmente adquieren de 31 a 75 cubetas.

Pregunta 4: ¿Usualmente a qué precio compra usted cada cubeta de huevos?

Tabla 10:

Precio de compra por cada cubeta de huevos

PRECIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$2,50 a \$ 3,00	4	3%
De \$3,01 a \$ 3,80	127	96%
Más de \$3,80	1	1%
TOTAL	132	100%

Nota. Cantidad y porcentaje de negocios y el precio al cual compran cada cubeta de huevos de gallina, en las parroquias urbanas y rurales, de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, pertenecientes a la provincia del Carchi.

Elaborado por: La autora. 2017

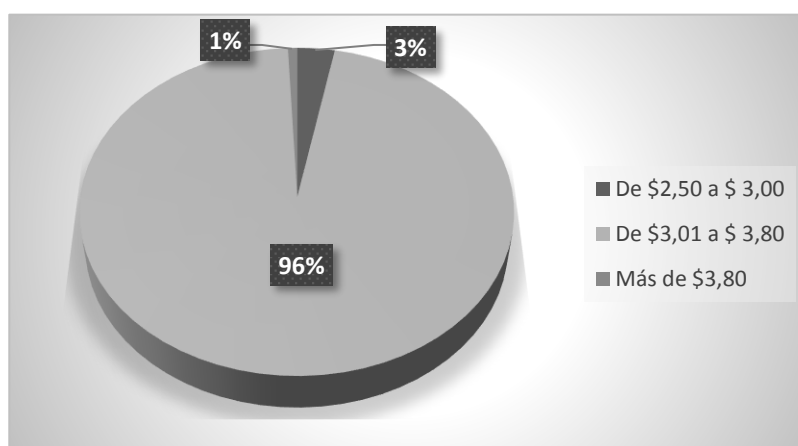


Figura 13. Porcentaje de negocios y el precio de compra por cada cubeta de huevos de gallina

Elaborado por: La autora. 2017

Interpretación: El 96% de propietarios de tiendas y comercios, compran cada cubeta de huevos a un precio entre \$3,01 y \$3,80, y apenas el 3% de los encuestados compran a un precio que oscila entre \$2,50 y \$3,00.

Pregunta 5: ¿Generalmente, usted a quién vende los huevos de gallina?

Tabla 11:

Destino de la venta de huevos de gallina

DESTINO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mercado local	0	0%
Intermediario	2	2%
Consumidor final	130	98%
TOTAL	132	100%

Nota. Cantidad y porcentaje de negocios y el destino de la venta de huevos de gallina, en las parroquias urbanas y rurales, de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, pertenecientes a la provincia del Carchi.
Elaborado por: La autora. 2017

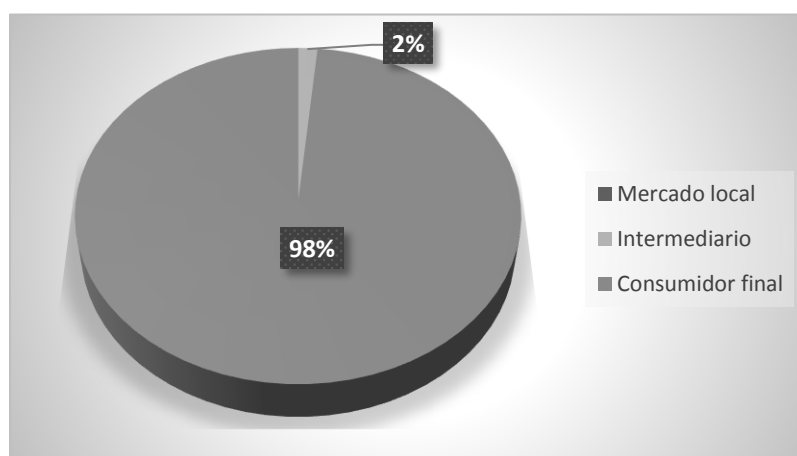


Figura 14. Porcentaje de negocios y el destino de la venta de huevos de gallina

Elaborado por: La autora. 2017

Interpretación: El 98% de propietarios de tiendas y comercios venden los huevos de gallina directamente al consumidor final, pues consideran que la venta directa es mejor y apenas el 2% entrega su producto a los intermediarios.

Pregunta 6: ¿Habitualmente, en qué presentación comercializa usted los huevos?

Tabla 12:

Formas de presentación de los huevos de gallina

PRESENTACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por unidad	121	92%
Por cubeta	11	8%
TOTAL	132	100%

Nota. Cantidad y porcentaje de negocios y la forma de presentación que habitualmente utilizan para la comercialización de los huevos de gallina, en las parroquias urbanas y rurales, de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, pertenecientes a la provincia del Carchi.

Elaborado por: La autora. 2017

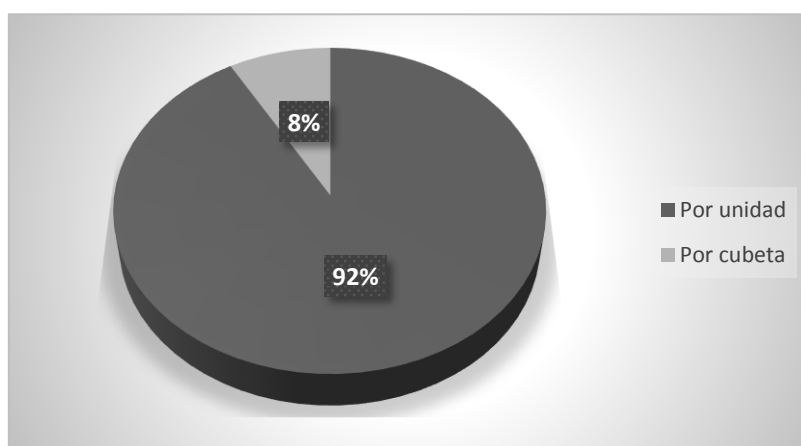


Figura 15. Porcentaje de negocios y la forma de presentación que utilizan para la venta de huevos de gallina

Elaborado por: La autora. 2017

Interpretación: El mayor porcentaje de los encuestados en relación a la presentación en la cual se comercializa habitualmente los huevos de gallina, aseguran que es por unidad el 92% y por cubeta el 8%.

Pregunta 7: ¿Qué aspectos toma en cuenta usted, al momento de adquirir huevos de gallina?

Tabla 13:

Aspectos que se toman en cuenta para comprar huevos de gallina

ASPECTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	28	21%
Tamaño	40	31%
Calidad	61	46%
Forma de pago	3	2%
TOTAL	132	100%

Nota. Cantidad y porcentaje de negocios y los aspectos que se toman en cuenta al momento de adquirir huevos de gallina, en las parroquias urbanas y rurales, de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, pertenecientes a la provincia del Carchi.

Elaborado por: La autora. 2017

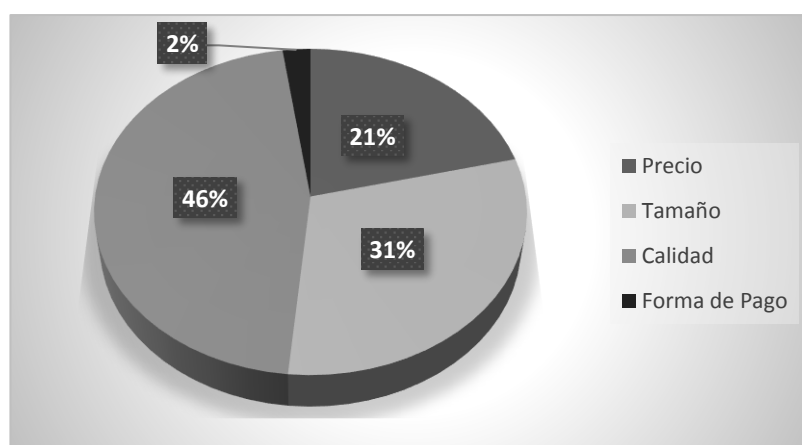


Figura 16. Porcentaje de negocios y los aspectos que se toman en cuenta al momento de adquirir huevos de gallina

Elaborado por: La autora. 2017

Interpretación: Se considera la calidad del huevo de gallina (46%), como principal aspecto que se toma en cuenta al momento de adquirir dicho alimento, sin embargo, el tamaño (31%) y el precio (21%) son aspectos importantes que de igual forma se toman en cuenta al momento de la compra.

Pregunta 8: ¿De qué manera le entrega el proveedor a usted, las cubetas de huevos?

Tabla 14:
Forma de entrega del producto

FORMA DE ENTREGA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Directamente en su local	131	99%
Se acerca usted a su proveedor	1	1%
TOTAL	132	100%

Nota. Cantidad y porcentaje de negocios y la forma de entrega de las cubetas de huevos por parte del proveedor, en las parroquias urbanas y rurales, de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, pertenecientes a la provincia del Carchi.

Elaborado por: La autora. 2017

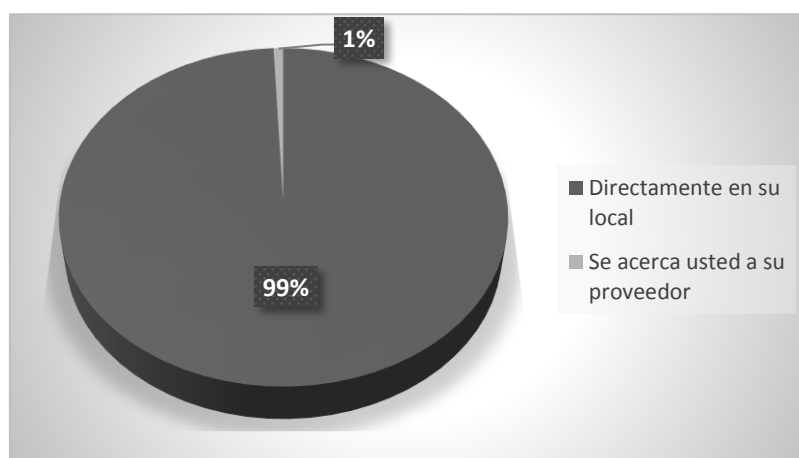


Figura 17. Porcentaje de negocios y la forma de entrega de las cubetas de huevos por parte del proveedor

Elaborado por: La autora. 2017

Interpretación: El resultado demuestra que, el 99% de propietarios de tiendas y comercios aseguran que el proveedor le entrega las cubetas de huevos directamente en su local, y apenas el 1% afirman que para la entrega de su pedido deben acercarse al proveedor.

Pregunta 9: ¿Cómo califica usted, el servicio que le brinda su actual proveedor?

Tabla 15:
Calidad del servicio que brinda su actual proveedor

SERVICIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy bueno	75	57%
Bueno	56	42%
Regular	1	1%
Malo	0	0%
TOTAL	132	100%

Nota. Cantidad y porcentaje de negocios y la calidad del servicio que brinda su actual proveedor, en las parroquias urbanas y rurales, de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, pertenecientes a la provincia del Carchi.

Elaborado por: La autora. 2017

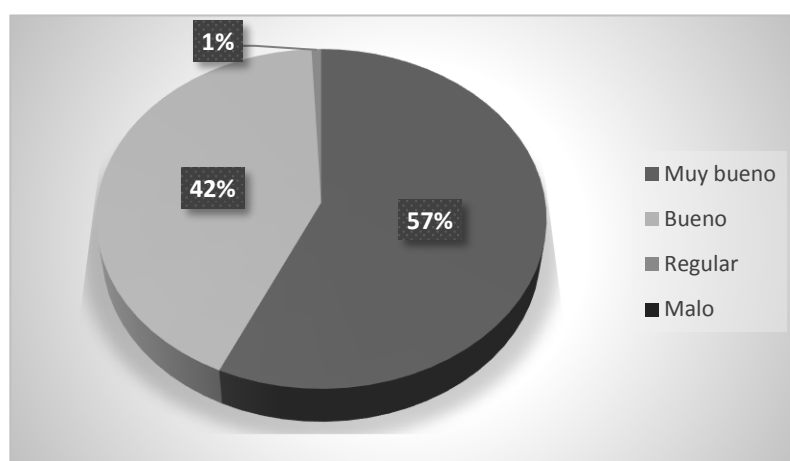


Figura 18. Porcentaje de negocios y la calidad del servicio que brinda su actual proveedor

Elaborado por: La autora. 2017

Interpretación: En cuanto al servicio que brinda el actual proveedor a los propietarios de tiendas y comercios, la mayor valoración obtiene la opción de muy bueno con el 57%, los otros porcentajes, se ubican con el 42% con valoración positiva y el 1% con estimación negativa, esto es entre bueno y regular.

Pregunta 10: ¿Su proveedor actual realiza la provisión de huevos, con la frecuencia que usted necesita?

Tabla 16:

Comportamiento del proveedor en cuanto a la provisión de huevos de gallina

PROVISIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	125	95%
Casi siempre	7	5%
Rara vez	0	0%
Nunca	0	0%
TOTAL	132	100%

Nota. Cantidad y porcentaje de negocios y el comportamiento del proveedor en cuanto a la provisión de huevos con la frecuencia que necesitan, en las parroquias urbanas y rurales, de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, pertenecientes a la provincia del Carchi.
Elaborado por: La autora. 2017

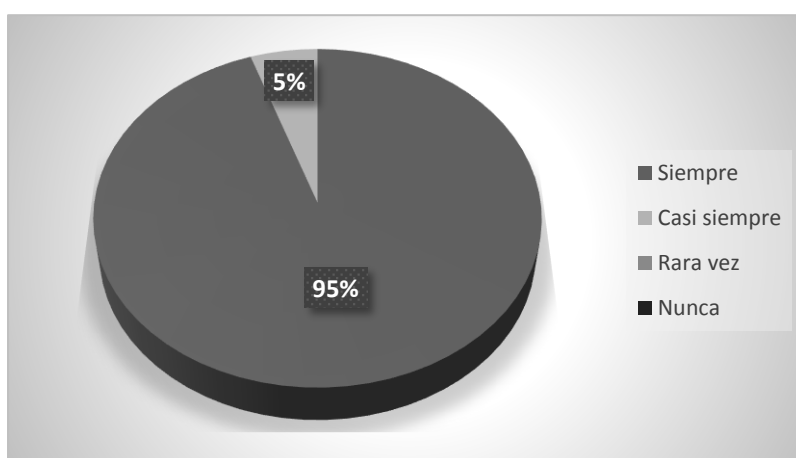


Figura 19. Porcentaje de negocios y el comportamiento del proveedor en cuanto a la provisión de huevos con la frecuencia que necesitan

Elaborado por: La autora. 2017

Interpretación: De acuerdo con los resultados, en cuanto a la provisión de huevos de gallina con la frecuencia que los propietarios de tiendas y comercios necesitan, es siempre (95%); y apenas el 5% afirma que su proveedor ha sido casi siempre cumplido en cuanto a sus pedidos.

Pregunta 11: ¿Cuál es la forma de pago que utiliza con sus proveedores?

Tabla 17:

Forma de pago con los proveedores

FORMA DE PAGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Efectivo	103	78%
Crédito directo	29	22%
Tarjeta de crédito	0	0%
TOTAL	132	100%

Nota. Cantidad y porcentaje de negocios y la forma de pago que generalmente utilizan con sus proveedores, en las parroquias urbanas y rurales, de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, pertenecientes a la provincia del Carchi.

Elaborado por: La autora. 2017

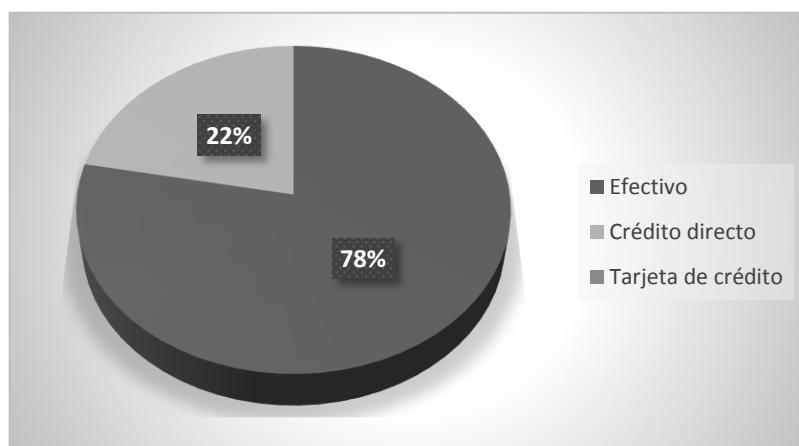


Figura 20. Porcentaje de negocios y la forma de pago que generalmente utilizan con sus proveedores

Elaborado por: La autora. 2017

Interpretación: Respecto a la forma de pago que utilizan los propietarios de tiendas y comercios con sus proveedores, se puede observar que es efectivo, con un porcentaje alcanzado del 78% y el 22% utiliza crédito directo.

Pregunta 12: ¿A través de qué medio de comunicación, le gustaría conocer la oferta de huevos de gallina?

Tabla 18:

Medios de comunicación para ofertar huevos

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redes sociales	34	26%
Prensa escrita	23	17%
Material impreso	75	57%
TOTAL	132	100%

Nota. Cantidad y porcentaje de negocios y los medios de comunicación para conocer la oferta de huevos de gallina, en las parroquias urbanas y rurales, de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, pertenecientes a la provincia del Carchi.

Elaborado por: La autora. 2017

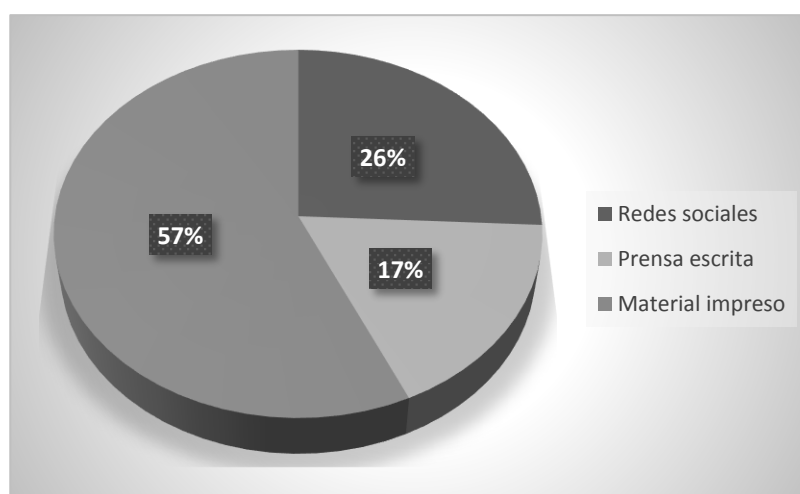


Figura 21. Porcentaje de negocios y los medios de comunicación para conocer la oferta de huevos de gallina

Elaborado por: La autora. 2017

Interpretación: El 57% de propietarios de tiendas y comercios les gustaría conocer la oferta de huevos de gallina a través de material publicitario impreso, mientras que el 43% prefieren conocer la oferta por redes sociales y prensa escrita.

Pregunta 13: ¿Le gustaría, que un proveedor visite su local para ofertar huevos de gallina?

Tabla 19:

Probabilidad de visita para ofertar huevos de gallina

PROBABILIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	110	83%
No	22	17%
TOTAL	132	100%

Nota. Cantidad y porcentaje de negocios y la probabilidad para que un proveedor visite su local para ofertar huevos de gallina, en las parroquias urbanas y rurales, de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, pertenecientes a la provincia del Carchi.

Elaborado por: La autora. 2017

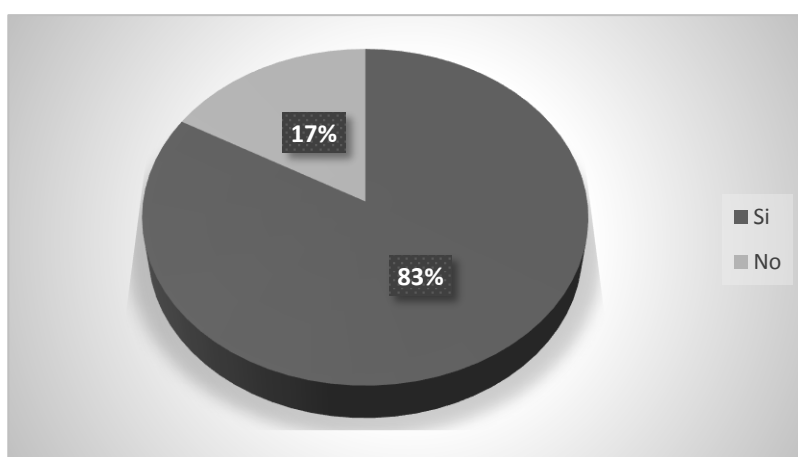


Figura 22. Porcentaje de negocios y la probabilidad para que un proveedor visite su local para ofertar huevos de gallina

Elaborado por: La autora. 2017

Interpretación: Un porcentaje significativo del 83%, consideran pertinente la visita de un nuevo proveedor para conocer y analizar la oferta de huevos de gallina, mientras que, el 17% de propietarios de tiendas y comercios se muestran indecisos.

2.7.2. Entrevista aplicada a la propietaria del negocio.

1.- ¿Existe un manual de procedimientos que registre, controle, asigne responsabilidad, autorice e indique las formas estándar que se utiliza en el control del efectivo de ingresos y egresos?

Actualmente, el depósito de huevos “Gicelita” no cuenta con un manual de procedimientos que principalmente ayude a controlar los ingresos y egresos de manera oportuna.

2.- ¿Cuántas cubetas de huevos vende mensualmente?

En promedio, el depósito de huevos “Gicelita” vende 7.000 cubetas de huevos mensualmente a sus clientes.

3.- ¿Con qué frecuencia controla el stock de inventarios y cómo planifica la previsión de entrega?

En la actualidad, el depósito de huevos “Gicelita” controla su stock de inventarios de forma empírica y usualmente no existe planificación para la previsión de entrega del producto.

4.- ¿Actualmente dispone de un manual de control interno?

El depósito de huevos “Gicelita” no dispone de un manual de control interno el cual es indispensable para llevar a cabo las distintas operaciones o actividades pero basadas en políticas, sistemas y/o procedimientos.

5. ¿Actualmente utiliza algún sistema contable?

Actualmente, la contabilidad del depósito de huevos “Gicelita” es llevada de manera empírica, por lo que es necesario utilizar un sistema contable que permita registrar y controlar la información financiera.

6. ¿Qué estrategias utiliza para la recuperación de cartera?

El depósito de huevos “Gicelita” no utiliza ninguna estrategia para la recuperación de la cartera, lo cual tiene como consecuencia un alto porcentaje de clientes en mora.

7. ¿Qué método kárdex utiliza para el control de inventarios?

En la actualidad, no se utiliza ningún método para controlar el inventario del depósito de huevos “Gicelita”, sin embargo es esencial implementar un método kárdex que controle las entradas y salidas del producto así como también para conocer las existencias que posee el negocio para la venta.

8.- ¿Quiénes son sus competidores?

En cuanto a la competencia, se encuentran grandes empresas tales como: Indaves, Incubandina S.A. y Huevo El Oro, las cuales están buscando posicionarse en el mercado.

9.- ¿Actualmente cuáles son sus proveedores e indique la cantidad de cubetas de huevos que le entregan mensualmente?

El depósito de huevos “Gicelita” trabaja con un solo proveedor “Grupo Casa Grande”, quien le entrega mensualmente alrededor de 7.200 cubetas de huevos.

10.- ¿Cuál es su mercado meta?

El mercado meta son todas las tiendas y comercios dedicados a la venta de huevos de gallina, ubicados en los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, pertenecientes a la provincia del Carchi.

11.- ¿Por qué es importante para usted definir la estructura organizacional y diseñar el manual de funciones para su negocio?

Es importante definir la estructura organizacional y el manual de funciones para el uso interno con el fin de minimizar los conflictos, establecer responsabilidades, dividir el trabajo, aumentar la productividad individual y organizacional.

12.- ¿Cree que es importante el direccionamiento estratégico en su negocio y por qué?

Es sumamente importante el direccionamiento estratégico para el negocio debido a que define la orientación de los productos y servicios hacia el mercado, con el fin de satisfacer oportuna y adecuadamente las necesidades de los clientes.

13.- ¿Qué canales de distribución utiliza en la comercialización de huevos de gallina?

Actualmente, el depósito de huevos “Gicelita” entrega a las tiendas al por menor este producto, considerado de primera necesidad.

14.- ¿Actualmente cuáles son las estrategias de comercialización que utiliza para dar a conocer su producto?

No se utiliza ninguna estrategia de comercialización, pues la venta de huevos de gallina se lleva a cabo de forma rutinaria, sin utilizar ningún medio de comunicación que permita promocionar el producto en el mercado.

Análisis de la entrevista.

Una vez realizada la entrevista a la propietaria se ha detectado que la empresa no posee un manual de procedimientos que controle los ingresos y gastos del negocio, tampoco un adecuado control de los inventarios, carece de manual de funciones, políticas de crédito y estrategia de comercialización. Una vez detectado el problema se procede a plantear el plan de negocios como solución al giro adecuado del depósito de huevos “Gicelita” .

2.8. Matriz FODA

Es importante realizar el análisis FODA para visualizar la situación actual tanto interna como externa del depósito de huevos “Gicelita”.

Tabla 20:
Matriz FODA

FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
F1	Infraestructura propia.	O1	Existencia de demanda insatisfecha en los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar.
F2	Poder para negociar los precios con los clientes.	O2	Desarrollar fidelidad en los clientes.
F3	Horarios adecuados a la disponibilidad de los clientes.	O3	Capacitar al personal en las diferentes áreas de mercadeo.
F4	El producto es considerado de primera necesidad y con gran valor nutricional.	O4	Ampliar la demanda a escala provincial.
F5	Disponibilidad de mano de obra.	O5	Ofrecer al mercado un producto de calidad en compañía de un buen servicio.
DEBILIDADES		AMENAZAS	
D1	Falta de publicidad en el negocio	A1	Empresas que ya se encuentran posicionadas en el mercado.
D2	Proveedor único	A2	Estrategias innovadoras de nuevos competidores.
D3	El negocio carece de controles internos.	A3	Aumento de precios.
D4	No cuenta con manual de funciones.	A4	Inestabilidad política y económica.
D5	Inexistencia de un sistema integral de gestión en el negocio.	A5	Entrada de productos sustitutos.

Nota. La matriz FODA es una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos y externos, a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, con el fin de determinar la situación actual del depósito de huevos “Gicelita”.

Elaborado por: La autora. 2017

2.9. Estrategias FO, FA, DO, DA

2.9.1. Estrategias FO.

Las estrategias FO utilizan las fuerzas internas del negocio para de esta manera aprovechar la ventaja de las oportunidades externas:

- F4 - O2, O5: Comercializar un producto de alta calidad con un servicio de calidez que permita la fidelización del cliente.
- F2 – O1: Implementar un plan de expansión para cubrir el mercado meta, es decir, todas las tiendas y comercios dedicados a la venta al por menor de productos alimenticios incluido los huevos de gallina, ubicados en los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, pertenecientes a la provincia del Carchi.
- F2, F4 – O4: Implementar un plan de marketing y publicidad para dar a conocer el producto a nivel de la provincia del Carchi y así lograr un posicionamiento del producto en el mercado.

2.9.2. Estrategias FA.

Las estrategias FA aprovechan las fuerzas del negocio para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas externas:

- F4 – A3: Por ser un producto considerado de primera necesidad se debe manejar la oferta con precios competitivos y alcance del cliente.
- F2, F4 – A2: Ofrecer un producto con una imagen innovadora que permita la fidelización del cliente.
- F2 – A1: Ofrecer promociones o descuentos a los clientes por la compra de cubetas de huevos de gallina al por mayor según la temporada.

2.9.3. Estrategias DO.

Las estrategias DO pretenden superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas:

- D1, – O1, O4: Publicitar el negocio a través de los diferentes medios de comunicación locales, para satisfacer la demanda existente de los cantones Espejo, Bolívar y Montufar.
- D2,- O5: Buscar varios proveedores del producto que permitan mejorar la calidad y oferta en el mercado.
- D3,D4 – O3: Implementar manual de funciones y control interno, para capacitar al personal en las diferentes áreas de mercadeo
- D5 – O5: Implementar al negocio un sistema integral de gestión que permita ofrecer al mercado un producto de calidad en compañía de un buen servicio.

2.9.4. Estrategias DA.

Las estrategias DA son tácticas defensivas que pretenden disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno:

- D1, – A1: Implementar un plan de marketing para lograr el reconocimiento del negocio por parte de los clientes.

- D5 – A2: implementar un sistema integral de gestión en el negocio que nos permita competir equitativamente con las estrategias de los demás ofertantes.
- D3 – A3: Monitorear los gastos e inventarios del negocio con el fin de controlar periódicamente sus movimientos.

2.10. Determinación del problema diagnóstico

Tras el análisis exhaustivo de las variables que forman parte de la situación problemática, se puede identificar que el problema central del depósito de huevos “Gicelita” es que trabaja sin procesos técnicos, administrativos y financieros, con débil organización del personal, sin estrategias para el cumplimiento de metas y con normas técnicas y administrativas poco claras, además, existe desconocimiento en cuanto a las necesidades reales de los clientes potenciales y al diseño de un sistema de seguimiento y evaluación, el cual tiene como finalidad mejorar la eficacia y efectividad del negocio.

Por tanto, esta problemática conlleva a investigar y proponer el plan de negocios para el depósito de huevos “Gicelita”, con el fin de coordinar y controlar todos sus procesos, optimizando recursos, y sobretodo incrementando la rentabilidad del negocio para su expansión en la provincia del Carchi.

Capítulo III: Estudio de Mercado

3.1. Introducción

El consumo de alimentos es parte de la, por lo tanto, no se puede dejar de producir, y sobre todo comercializarlos. En la actualidad se impulsando el consumo de productos sanos y se está invirtiendo recursos monetarios por ONG's internacionales en seguridad alimentaria.

La provincia del Carchi tiene potencial agrícola, comercial y de servicios, donde resaltan las actividades agropecuarias, ganaderas y sus encadenamientos productivos que permiten que la industria se dinamice por ejemplo con la producción de lácteos, cárnicos, avícolas y demás derivados.

El depósito de huevos “Gicelita” es una microempresa que distribuye huevos de gallina en las parroquias urbanas y rurales, de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, pertenecientes a la provincia del Carchi. Las ventas por mes, reflejan el consumo de este producto en la dieta diaria de las familias.

Por tanto, el estudio de mercado tiene como finalidad conocer la demanda o número de comerciantes que requieren huevos de gallina para su venta, además permite analizar la oferta actual y la competencia, así como también las características y especificaciones que debe tener el producto para su aceptación, y de esta manera ampliar el mercado del depósito de huevos “Gicelita”.

3.2. Objetivos

- Obtener información acerca de la oferta y demanda mediante técnicas de investigación, para determinar el número de clientes potenciales, considerados como demandantes del producto a ofrecer.
- Obtener información de gustos y preferencias de los clientes en cuanto al producto.
- Definir el precio al cual será comercializado el producto.
- Determinar la plaza o canal de distribución que se adapte a las necesidades del cliente.
- Establecer los medios de publicidad locales a través de los cuales se informará el cliente acerca del producto.

3.3. Análisis del entorno

3.3.1. Análisis de la competencia.

La competencia directa para el Depósito de huevos “Gicelita” en cuanto a los segmentos de mercado y los clientes a los que accederá, se encuentra dada por los intermediarios mayoristas dedicados a la venta incluido los huevos de gallina, debido a la oferta que estos hacen a los diferentes mercados, tales como: mercados mayoristas, distribuidores, supermercados e inclusive tiendas especializadas.

En base a lo expresado por la propietaria del negocio, a continuación, en la Tabla 21, se puede observar una comparación del depósito de huevos “Gicelita” con sus competidores en cuanto a la provisión de huevos de gallina.

Tabla 21:
Análisis de la competencia

	DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"	COMPETENCIA
Calidad del producto	Excelente	Alto
Calidad en el servicio	Excelente	Alto
Disponibilidad del producto	Alto	Bueno
Precio de compra (materia prima)	Alto	Bueno
Precio de venta	Alto	Bueno
Posicionamiento en el mercado	Bueno	Alto

OPCIONES				
Excelente	Alto	Bueno	Regular	Bajo

Nota. Comparación del depósito de huevos “Gicelita” con la competencia, en cuanto a calidad, disponibilidad, precios y posicionamiento en el mercado.
Elaborado por: La autora. 2017

Es así, como se puede apreciar la posición actual del depósito de huevos “Gicelita” en relación a su competencia, dada por todas las intermediarias mayoristas dedicadas a la venta de alimentos, bebidas y tabaco incluido los huevos de gallina.

3.3.2. Análisis de proveedores.

Los proveedores se convierten en un punto clave para alcanzar el éxito del proyecto, en el entorno podemos encontrar diversos proveedores de materia prima e insumos necesarios para la comercialización de huevos de gallina. Por otra parte, cabe mencionar que se necesita de insumos, pero debido a que son de fácil acceso, costos relativamente bajos, no son considerados como un punto clave de análisis, sin embargo, es importante conocer que los insumos que se necesita son principalmente los empaques, los mismos que se compran en función de los requerimientos de huevos de gallina.

3.3.3. Análisis de clientes.

Actualmente, el depósito de huevos “Gicelita” dispone de un portafolio de clientes en las parroquias urbanas y rurales de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, en la provincia del Carchi, a quienes se entrega el producto en las cantidades solicitadas, y son quienes concentran en su mayoría los ingresos para su negocio. Cabe mencionar que, el depósito de huevos “Gicelita” pretende ampliar su portafolio de clientes, extendiendo la cobertura del mercado en toda la provincia.

3.4. Análisis del mercado

3.4.1. Análisis de la demanda.

El estudio de las características del mercado permite evidenciar que la demanda existente se encuentra sujeta a la oferta existente; lo que significa que todos los consumidores de huevos de gallina de las zonas de influencia son atendidos por la oferta del mercado, y de acuerdo a los resultados obtenidos de su investigación, se conoce que el 100% de comerciantes incluyen a los huevos como parte de su venta.

Por tanto, el presente proyecto debe considerar la competencia existente en el mercado para mejorar el producto conforme las necesidades de los clientes.

3.4.1.1. Demanda.

Para cuantificar la posible demanda del mercado objetivo a sustituir, se recurrió a datos obtenidos de fuentes secundarias como: Estadísticas del INEC, párrafos y revistas de circulación nacional que indican el número de clientes de huevos de gallina existentes en el área de estudio; además, la cantidad y costo promedio

de los huevo de gallina, tomados a partir del estudio de mercado realizado. Por tanto, a continuación, en la Tabla 22 se presenta la posible demanda del mercado objetivo a sustituir:

Tabla 22:
Demanda potencial anual

TIPO DE CLIENTE	%	NÚMERO DE COMERCIANTES	CANTIDAD DE CUBETAS DE HUEVOS PROMEDIO DE COMPRA MENSUAL	COSTO PROMEDIO CUBETA	DESVIACIÓN ESTANDAR	DEMANDA ACTUAL DEL SECTOR MENSUAL	DEMANDA POTENCIAL ANUAL
Propietarios de tiendas y comercios	100%	380	52	\$ 3,50	($\pm$) \$0,50 - \$1,00	\$ 69.160,00	\$ 829.920,00

Nota. Demanda actual del sector considerando el número de propietarios de tiendas y comercios dedicados a la venta al por mayor y menor en comercios especializados, la cantidad de cubetas de huevos promedio de compra mensual y el costo promedio por cubeta, en las parroquias urbanas y rurales de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, pertenecientes a la provincia del Carchi.

Elaborado por: La autora. 2017

3.4.1.2. Variables.

El depósito de huevos “Gicelita” pretende vender huevos de gallina al por mayor, es decir, a los propietarios de tiendas y comercios dedicados a la venta de alimentos, bebidas y tabaco, incluido los huevos de gallina, y para ello se debe desarrollar un producto con las siguientes características: generalmente en la presentación por cubeta, debido a que los comerciantes venden los huevos por unidad; un precio promedio estimado para la venta de 3,5 dólares por cubeta, esto de acuerdo a la oferta y demanda del producto, pues el precio debe ser competitivo; además, es importante brindar un excelente servicio de entrega del producto en el lugar acordado; en cuanto a la calidad del producto debe ser entregado en óptimas condiciones; la provisión de huevos deber ser con la frecuencia que el cliente solicita; y, para la publicidad del producto se debe elegir un medio de comunicación adecuado con el fin de persuadir al comerciante respecto a la compra de huevos de gallina y para el caso, según el

estudio de mercado realizado, el medio de comunicación más adecuado para posicionar el producto en la mente del consumidor son las redes sociales y material publicitario impreso.

3.4.1.3. Estimación de la demanda.

Según el estudio de mercado realizado, en este caso, a los propietarios de tiendas y comercios dedicados a la venta de alimentos, bebidas y tabaco, incluido huevos de gallina, se conoce que, el 83% de los encuestados les gustaría que un proveedor visite su local para ofertar huevos de gallina, mientras que el 17% de los comerciantes, muestran una indecisión para analizar nuevas ofertas de huevos de gallina, sin que esto nos acredite a asumir su total negación para recibir a un nuevo proveedor con una nueva oferta del producto. Es importante afirmar que, tenemos un total de potenciales consumidores mensuales, pese a que la frecuencia de compra por parte de los comerciantes generalmente es semanal (98%).

Según el Banco Central del Ecuador (BCE), el año pasado el sector comercio mayorista tuvo un descenso, en el año 2017. El sector minorista por el contrario tuvo un crecimiento promedio del 6.3%, en relación al año 2016. Utilizado la proyección de la demanda de los últimos cinco años, se toma como base (año 0) el año 2017, con una demanda de \$829.920,00, tal como se muestra en la Tabla 23:

Tabla 23:
Proyección de la demanda

PROPIETARIOS DE TIENDAS Y COMERCIOS	
Año	Demanda Anual del Sector (en \$)
0	829.920,00
1	882.204,96
2	937.783,87
3	996.864,26
4	1.059.666,70
5	1.126.425,71
6	1.197.390,53
7	1.272.826,13
8	1.353.014,18
9	1.438.254,07
10	1.528.864,08

Nota. Proyección de la demanda en cuanto a los propietarios de tiendas y comercios, en las parroquias urbanas y rurales de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, en Carchi.
Elaborado por: La autora. 2017

3.4.2. Análisis de la oferta.

Partiendo de la explicación expuesta en el análisis de la demanda, es importante señalar que, ésta es equivalente a la oferta.

3.4.2.1. Oferta.

La oferta se determina como el conjunto de productos o servicios que las empresas están dispuestas a vender, y para el caso, se refiere a la producción local la cual se mide en función de las unidades de huevos producidas en base a las industrias que se dedican a ésta actividad, y a continuación se detallan:

- **Indaves**

Es considerada como la primera marca de huevos comerciales en el mercado ecuatoriano y es reconocida por los consumidores por su sabor, frescura, limpieza, variedad de presentaciones y empaques. Indaves con el afán de brindar productos de la más alta calidad y confianza a sus consumidores, son los pioneros en desarrollar conceptos funcionales que han sido incorporados en su portafolio, los mismos que cuentan con altos porcentajes de componentes saludables como son: Omega 3 y vitamina E.



- **Incubandina S.A.**

Es una empresa ecuatoriana cuya organización se halla inserta en el esfuerzo avícola y su razón de ser se centra en la producción de pollitas bebés en su línea de postura y pollitos bebés para su línea de carne, para lo cual cuenta con las más importantes líneas genéticas del mercado. Incubandina S.A. se dedica a la producción de aves de postura, que es un segmento distinto al que se dedican otras grandes empresas avícolas que se centran en la producción de aves para carne y de huevos comerciales.



- **Huevo El Oro**

Grupo Oro nació en 1992 con la producción de huevos comerciales en las poblaciones de Puembo y Ascázubi, y a través de los años se ha expandido hacia otras líneas, logrando la integración y diversificación de la empresa con producción en las provincias de Pichincha, Imbabura y Carchi. Actualmente, es una de las principales empresas del sector alimenticio del país, la cual se dedica a la distribución gracias al sistema de entregas con seguridad y rapidez, asegurando a sus clientes un adecuado abastecimiento.

A continuación, en la Tabla 24 se presentan los datos históricos de la oferta de huevos de gallina en la provincia del Carchi:

Tabla 24:
Oferta de huevos de gallina

AÑO	COMERCIALIZACIÓN DE HUEVOS (Cubetas)
2007	62.504,84
2008	73.906,97
2009	82.348,00
2010	79.906,97
2011	91.783,00
2012	89.828,75
2013	96.215,67
2014	86.296,89
2015	79.649,93
2016	76.432,00

Nota. Datos históricos de la oferta de huevos de gallina en la provincia del Carchi. Fuente: Sistema Nacional de Información SNI, 2017. Elaborado por: La autora. 2017

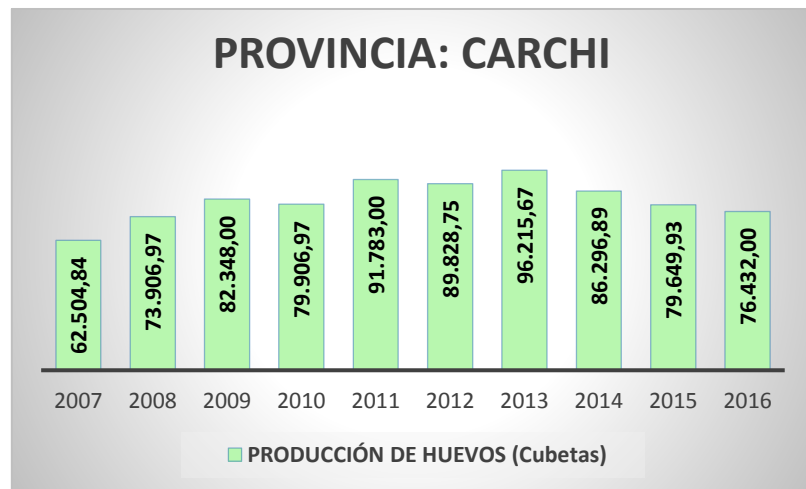


Figura 23. Datos históricos de la oferta de huevos de gallina en la provincia del Carchi

Fuente: Sistema Nacional de Información SNI, 2017.

Elaborado por: La autora. 2017

Desde el año 2007 hasta el año 2011, la economía del país una tendencia estable, el gobierno fomentaba el crecimiento productivo mediante la concesión de crédito a un bajo costo de interés, lo cual permitía reactivar la economía e incrementar la producción en estos sectores. Del incremento existente en el año 2011 posterior se apreció un descenso en la comercialización de huevos de gallina; sin embargo, los comercializadores intentaban mantener la economía y el crecimiento logrado.

Desde el año 2014 debido a la entrada clandestina de este producto por el país del norte la provincia del Carchi se vió afectada, sobre todo en los sectores de comercio; los comerciantes de huevos preferían adquirir el producto vecino a menor precio y así obtener mejores ganancias, por lo que el productor nacional fue afectado considerablemente.

3.4.2.2. Variables.

La variable que interviene en la consideración de la oferta es principalmente la cantidad de cubetas de huevos de gallina que son distribuidos en la provincia del Carchi.

3.4.2.3. Proyección de la oferta.

Debido a que, los niveles de comercialización local fueron afectados en relación a los años 2013 y el 2016, la oferta de huevos de gallina en la provincia del Carchi, se calculará la tasa media de crecimiento en cuanto a la comercialización y para ello se tomará como referencia el período del 2007 al 2016, de la siguiente manera:

$$tmc = \left[\left(\sqrt[n-1]{\frac{\text{Valor final}}{\text{Valor inicial}}} \right) - 1 \right] * 100$$

Para el caso de la provincia del Carchi:

$$tmc \text{ OFERTA} = \left[\left(\sqrt[10-1]{\frac{76.432}{65.504,84}} \right) - 1 \right] * 100$$
$$tmc \text{ OFERTA} = 2,2602\%$$

De los datos históricos tomados del SIN, 2017 se proyecta la oferta para los próximos años con el crecimiento del 2,2602% obtenido del promedio de los 10 años anteriores

A continuación, en la Tabla 25 se presenta la proyección de la oferta de huevos de gallina correspondiente a la provincia del Carchi, considerando la tasa media de crecimiento de producción igual a 2,2602% para 10 años:

Tabla 25:
Proyección de la oferta

AÑO	COMERCIALIZACIÓN DE HUEVOS (Cubetas)
2016*	76.432,00
2017	78.159,52
2018	79.926,08
2019	81.732,57
2020	83.579,89
2021	85.468,96
2022	87.400,73
2023	89.376,16
2024	91.396,24
2025	93.461,98
2026	95.574,40

Nota. Proyección de la oferta de huevos de gallina en la provincia del Carchi.
Elaborado por: La autora. 2017

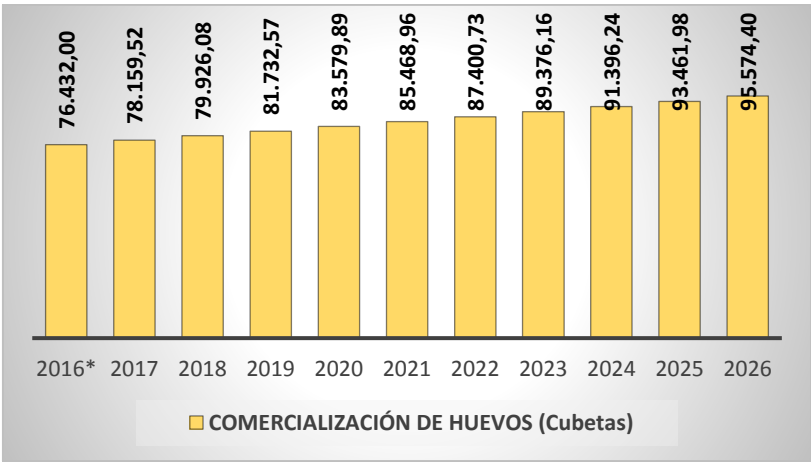


Figura 24. Proyección de la oferta de huevos de gallina en la provincia del Carchi.
Elaborado por: La autora. 2017

Es así, como en la Figura 24 se puede apreciar la proyección de la oferta de huevos de gallina en la provincia del Carchi, desde el año 2016 hasta el año 2025.

3.4.3. Demanda a cubrir con el proyecto.

A continuación, en la Tabla 26 y Figura 25 se presenta el cálculo de la demanda a cubrir con el presente proyecto, para los siguientes 10 años:

Tabla 26:
Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
	COMERCIANTES	CARCHI	(Cubetas)
	(Cubetas)	(Cubetas)	
2017	237.120,00	78.159,52	158.960,48
2018	252.058,56	79.926,08	172.132,48
2019	267.938,25	81.732,57	186.205,68
2020	284.818,36	83.579,89	201.238,47
2021	302.761,92	85.468,96	217.292,96
2022	321.835,92	87.400,73	234.435,19
2023	342.111,58	89.376,16	252.735,42
2024	363.664,61	91.396,24	272.268,37
2025	386.575,48	93.461,98	293.113,50
2026	410.929,73	95.574,40	315.355,33

Nota. Cálculo de la demanda insatisfecha considerando cubetas de huevos de gallina en la provincia del Carchi.
Elaborado por: La autora. 2017

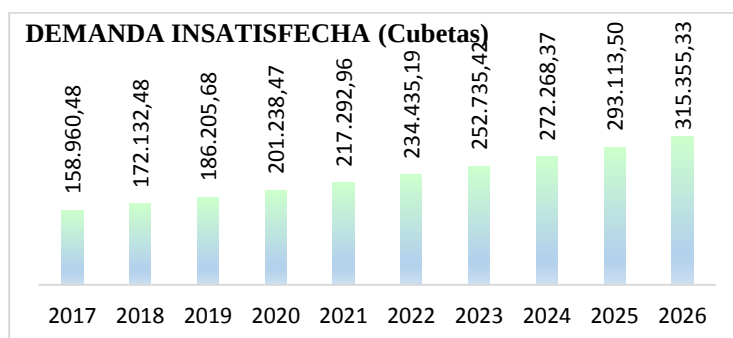


Figura 25. Cálculo de la demanda a cubrir con el proyecto
Elaborado por: La autora. 2017

3.5. Análisis de la demanda

- Una vez realizado el estudio existe una demanda insatisfecha que se cubrirá en el menor tiempo posible. Se espera que por medio de las autoridades competentes se frene el contrabando para que la producción nacional sea el único proveedor de este producto a ser comercializado, manteniendo un precio moderado de mercado y consiguiendo un equilibrio de la oferta en relación a la demanda.
- Luego de aplicar las encuestas se estableció que la cubeta de huevos de gallina se compra a un precio aproximado de \$3,50, y el precio puede variar dependiendo de la calidad y el tamaño que son aspectos considerados al momento de adquirir y vender el producto.
- La mayoría de propietarios de tiendas y comercios aseguran que su producto habitualmente se comercializa por unidades al consumidor final.
- Los propietarios de tiendas y comercios indican que su actual proveedor les entrega el producto directamente en sus negocios, provisionando con frecuencia la cantidad que necesitan.
- Actualmente, más de la mitad de comerciantes califican como bueno al servicio que le brindan sus proveedores, pero les gustaría ser visitados en su local, para analizar nuevas ofertas.
- Los comerciantes señalan que la mejor forma de poseionar el producto en la mente del consumidor son los medios de comunicación local, redes sociales y de ser posible el material impreso publicitario.

Capítulo IV: Propuesta

4.1. Propuesta Administrativa

4.1.1. Denominación de la microempresa.

4.1.1.1. Nombre.

El nombre de la microempresa es DEPÓSITO DE HUEVOS “GICELITA”.



Figura 26. Nombre de la microempresa
Elaborado por: La autora. 2017

4.1.1.2. Logotipo.

A continuación, se presenta el logotipo que se utilizará para la presentación del producto, con el cual se pretende reflejar la calidad de los huevos de gallina.



Figura 27. Logotipo del producto
Elaborado por: La autora. 2017

4.1.2. Elementos estratégicos.

4.1.2.1. Misión.

Depósito de huevos “Gicelita” es una microempresa dedicada a la comercialización de huevos a precios competitivos, con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes, logrando así su lealtad con productos de excelente calidad.

4.1.2.2. Visión.

Nuestra visión es posesionarnos como una empresa líder en la comercialización de huevos de gallina en la provincia del Carchi, abriendo mercados en toda la provincia, proyectándonos a obtener resultados significativos.

4.1.2.3. Objetivos organizacionales.

- Proporcionar al mercado productos a precios accesibles, garantizando su calidad.
- Contratar personal idóneo para la microempresa y realizar una continua capacitación y motivación al talento humano.
- Cumplir con los procedimientos de control interno en cada área del negocio.
- Asegurar la cobranza en el plazo establecido según las condiciones de venta.

4.1.2.4. Políticas organizacionales.

- La atención al cliente debe ser oportuna y efectiva.
- El personal encargado de recibir el producto debe revisar que el producto cumpla con las normas de calidad, es decir, que se encuentre en buen estado.
- Capacitar al personal continuamente, para que se puedan desempeñar correctamente en las áreas asignadas.
- Mostrar con hechos reales los beneficios de la superación (reconocimientos, bonos, ascensos).
- Evaluar continuamente a los trabajadores para verificar y detectar los problemas que obtienen durante su desempeño en sus labores.
- Los plazos de crédito irán variando entre 15 – 30 y 30 - 60 días dependiendo de la fidelidad y calificación que se le asigne al cliente, previo a una evaluación.

4.1.2.5. Valores corporativos.

- **Integridad:** Realizamos nuestro trabajo con honestidad y transparencia.
- **Responsabilidad:** Realizamos nuestro trabajo con eficiencia y eficacia para de esta manera satisfacer la demanda de nuestros clientes.
- **Compromiso:** Nos involucramos con la microempresa, los clientes y el talento humano.

- **Trabajo en equipo:** El apoyo mutuo es vital para la consecución de los objetivos.
- **Respeto:** Consideramos a compañeros de trabajo y clientes como iguales, con un trato justo.
- **Lealtad:** Estar comprometido con la microempresa en todo momento, obrando con honestidad y justicia.
- **Honestidad:** Respetamos a los demás y repudiamos toda forma de corrupción e inmoralidad.

4.1.3. Estructura organizacional.

La estructura organizacional se refiere al esquema de jerarquización y división de las funciones, lo cual permite coordinar formalmente las tareas de cada uno de los empleados del depósito de huevos “Gicelita”. En la Figura 28, se puede apreciar la estructura básica que se propone para la microempresa.

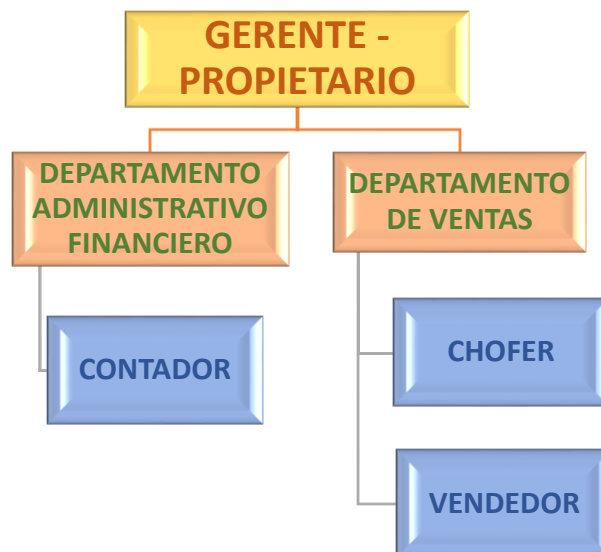


Figura 28. Propuesta de estructura organizacional para el depósito de huevos “Gicelita”
Elaborado por: La autora. 2017

4.1.4. Manual de funciones.

Una vez presentado el organigrama del depósito de huevos “Gicelita”, es necesario definir los cargos a ser ocupados dentro de la microempresa, tal como se muestra a continuación:

1.- IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Gerente – Propietario
Unidad:	Área administrativa
2.- PROPÓSITO DEL PUESTO	
Planificar, organizar, dirigir, controlar y tomar decisiones sobre el giro del negocio, en gestión administrativa, técnica y económica.	
3.- ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
• Representar jurídica y legalmente a la microempresa. • Aprobar el presupuesto anual y coordinar su ejecución con las demás áreas. • Convocar a reuniones ordinarias y extraordinarias. • Suscribir los actos y contratos permitidos que se realicen a nombre de la microempresa. • Dirigir, organizar y coordinar las actividades de la microempresa. • Verificar el manejo económico de la microempresa. • Garantizar que trabajadores cumplan con los reglamentos y normas aplicables dentro de la microempresa. • Realizar estrategias para el cumplimiento de metas. • Atender y promover nuevos clientes y rutas de ventas. • Supervisar el correcto y oportuno cumplimiento de las funciones del personal analizando la eficiencia del desempeño de trabajadores. • Vigilar y controlar la correcta conservación y uso de los bienes muebles e inmuebles de la microempresa.	
4.- PERFIL DEL PUESTO	
• Ingeniería en comercio exterior y negocios internacionales, administración de empresas o carreras afines. • Dinamismo y trabajo en equipo.	

1.- IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Contador
Unidad:	Departamento Administrativo – Contable
2.- PROPÓSITO DEL PUESTO	
Verificar y manejar el proceso administrativo contable y financiero analizando la información obtenida, con el fin de elaborar estados financieros de manera confiable y oportuna, para la correcta toma de decisiones.	
3.- ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
• Planificar, organizar, ejecutar y controlar las labores de contabilidad cumplir las normas establecidas. • Cumplir con las obligaciones tributarias que la ley exige. • Elaborar los estados financieros de la empresa. • Codificar y elaborar los asientos contables • Presentar informes y análisis de tipo contable, económico y financiero de las labores encomendadas al inmediato superior. • Desarrollar e implementar indicadores que faciliten la toma de decisiones en cuanto a inversiones o adquisiciones. • Elaborar presupuestos de ingresos, costos y gastos de la microempresa. • Supervisar y aprobar la gestión contable. • Cumplir con lo dispuesto en el Código de Trabajo en cuanto al pago de las remuneraciones del personal.	
4.- PERFIL DEL PUESTO	
• Ingeniero en contabilidad y auditoría, economía o finanzas. • Mínimo 2 años de experiencia en puestos similares. • Conocimientos contables • Trabajo en equipo.	

1.- IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Vendedor
Unidad:	Departamento de Comercialización
2.- PROPÓSITO DEL PUESTO	
Coordinar las acciones respecto a ventas del producto y atención eficiente a los clientes.	
3.- ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
• Efectuar las ventas del producto a los clientes. • Atender los pedidos acordes a un cronograma previamente establecido. • Diseñar el plan de marketing anual con la finalidad de promocionar el producto. • Emprender campañas de promoción y publicidad para la difusión del producto en el mercado. • Diseñar e implementar estrategias de posicionamiento para generar una ventaja competitiva en el mercado. • Mantener un portafolio actualizado de clientes. • Emitir el despacho del producto. • Gestionar y sobrellevar las labores administrativas que se derivan de la comercialización.	
4.- PERFIL DEL PUESTO	
• Ingeniero de administración de empresas o carreras afines. • Mínimo 2 años de experiencia en ventas. • Sentido de responsabilidad, actitud positiva con los clientes, capacidad de toma de decisiones.	

1.- IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Chofer
Unidad:	Departamento de Comercialización
2.- PROPÓSITO DEL PUESTO	
Brindar correcta y oportunamente el servicio de transporte y entrega del producto.	
3.- ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
• Transportar y entregar el producto a los clientes. • Transportar al vendedor donde se le indique acorde al cumplimiento de sus funciones. • Atender a las solicitudes de transporte que le sean expresadas por su jefe inmediato. • Mantener el vehículo a su cargo en perfecto estado de aseo, presentación y funcionamiento. • Informar oportunamente del mantenimiento y reparación del vehículo, todo tipo de fallas o daños presentados en el mismo y en caso de ser necesario realizar algún trámite ante compañías aseguradoras. • Informar oportunamente a la administración, toda colisión o accidente de tránsito que se presente en cumplimiento de sus funciones. • Solicitar oportunamente combustible y lubricantes necesarios para el desempeño de sus funciones.	
4.- PERFIL DEL PUESTO	
• Chofer profesional. • Mínimo 2 años de experiencia. • Sentido de responsabilidad y actitud positiva con los clientes.	

4.1.5. Requisitos legales de funcionamiento.

4.1.5.1. Requisitos para obtener el RUC.

- Cédula del representante legal.
- Copia del certificado de votación.
- Recibo del pago de agua, luz o teléfono.

4.1.5.2. Requisitos para obtener la patente municipal.

- Recibo del último pago del impuesto predial de la ubicación del negocio.
- Copia del RUC.
- Documentos personales del representante legal.

4.1.5.3. Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento en el MSP.

- Llenar la solicitud de permiso de funcionamiento.
- Reunir la documentación necesaria para ingresar conjuntamente con la solicitud.
- Al ingresar la solicitud y documentación respectiva, se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- Entrega del informe final.
- Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, el cual tendrá la vigencia de 1 año.

4.2. Propuesta técnica

4.2.1. Localización del proyecto.

4.2.1.1. Macro localización.

La macro localización está representada por la generalización del lugar en donde se pondrá en marcha el proyecto, el mismo debe contar con ciertas características que fortalezcan su desarrollo. Por tanto, la macro localización del proyecto es la siguiente:

País: Ecuador

Provincia: Carchi

Cantón: El Ángel

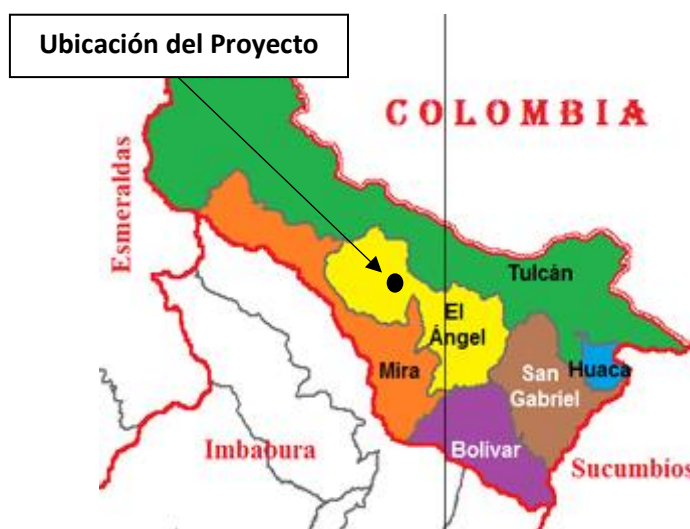


Figura 29. Macrolocalización del depósito de huevos “Gicelita”
Fuente: Gobierno Provincial del Carchi, 2016.

Por tanto, tal como se muestra en la Figura 29, el depósito de huevos “Gicelita” se encuentra ubicado en el cantón El Ángel, provincia del Carchi; esto debido a que, en aquel cantón se dispone de la infraestructura necesaria donde funcionará dicho depósito de huevos.

4.2.1.2. *Micro localización.*

En cuanto a la micro localización, se debe especificar el lugar exacto donde funcionará en este caso, el depósito de huevos “Gicelita”. Por tanto, la micro localización del proyecto es:

Cantón: El Ángel

Parroquia: 27 de Septiembre

Dirección: Calle Bolívar 04-44 y Panamericana Norte



Figura 30. Micro localización del depósito de huevos “Gicelita”

Fuente: Google Maps, 2017.

Elaborado por: La autora. 2017

Tal como se aprecia en la Figura 30, el depósito de huevos “Gicelita” se encuentra ubicado específicamente en la parroquia “27 de Septiembre”, en la calle Bolívar 04-44 y panamericana norte. La infraestructura tiene un área total de 50 m2 y es el lugar donde funcionará dicho depósito.

Además, es importante mencionar las razones principales, por las cuales el lugar donde funcionará dicho depósito de huevos, se considera estratégico:

- Disponibilidad de espacio físico.
- Acceso a servicios básicos.
- La infraestructura se encuentra ubicada cerca a la vía principal, es decir, a la panamericana norte, lo cual permite un fácil acceso tanto para proveedores como para clientes.

4.2.2. Tamaño del proyecto.

El depósito de huevos “Gicelita” se encuentra construido sobre un terreno de 50 metros cuadrados, su infraestructura está compuesta por un área para almacenamiento y el área administrativa.

El depósito de huevos “Gicelita” en sus inicios se dedicará a la venta de huevos de gallina al por mayor, y para ello, es importante conocer la capacidad instalada y la capacidad utilizada para la comercialización del producto, información que se muestra en la Tabla 27.

Tabla 27:
Tamaño del proyecto

CAPACIDAD INSTALADA		CAPACIDAD UTILIZADA	
Semanas / Año	50	Semanas / Año	50
Días / Semana	6	Días / Semana	6
Horas / Día	9	Horas / Día	8
Total Horas / Año	2700	Total Horas / Año	2400
Comercialización de Cubetas / Hora	78	Comercialización de Cubetas / Hora	78
COMERCIALIZACIÓN DE CUBETAS/AÑO	210.600	COMERCIALIZACIÓN DE CUBETAS/AÑO	187.200

Nota. Tamaño del proyecto donde se puede apreciar la capacidad instalada y la capacidad utilizada en la planta para la comercialización de huevos de gallina.

Elaborado por: La autora. 2017

De la Tabla anterior, se determina que, el tamaño óptimo del proyecto estará dado por la capacidad instalada que es de 210.600 cubetas de huevos y la capacidad utilizada es el 88,9%, es decir, 187.200 cubetas.

4.2.3. Ingeniería del proyecto.

4.2.3.1. Cadena de valor.

En la Figura 31, se puede observar la cadena de valor del depósito de huevos “Gicelita”, donde se encuentran divididas las actividades primarias y actividades de apoyo, las mismas que generan o agregan valor para el negocio y fundamentalmente para sus clientes.

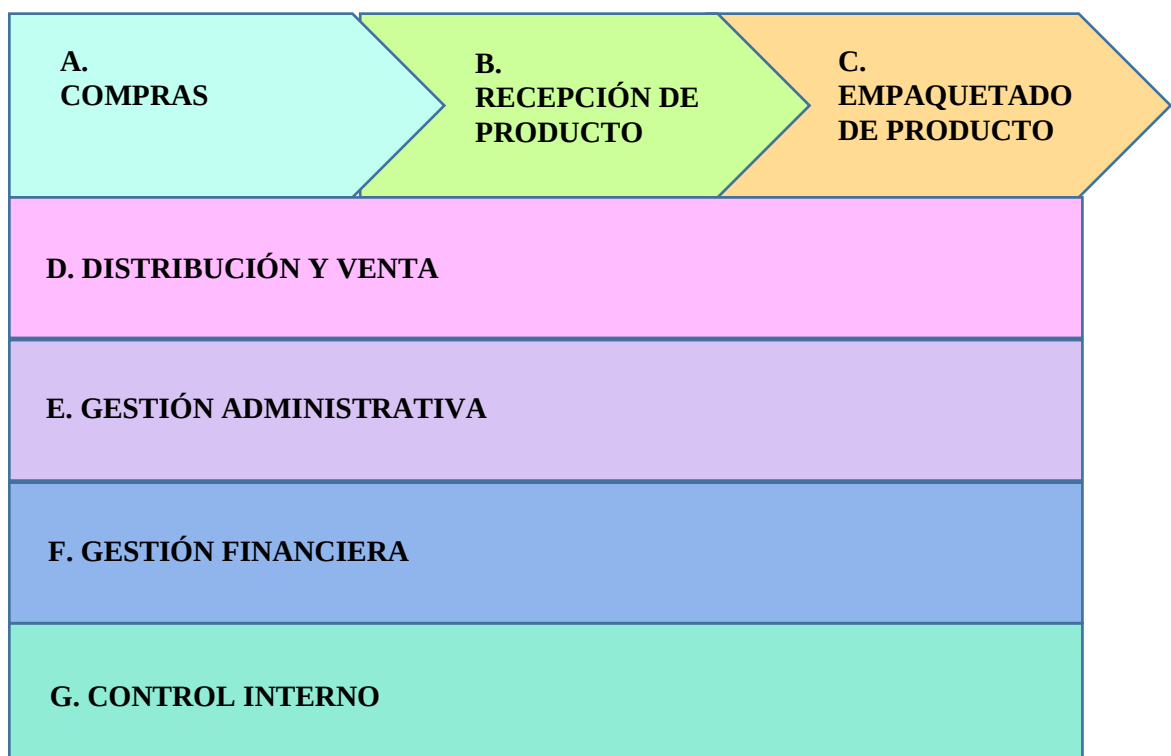


Figura 31. Cadena de valor del depósito de huevos “Gicelita”
Elaborado por: La autora. 2017

4.2.3.2. Definición del proceso.

El diagrama de flujo permite visualizar las actividades que son realizadas en cada proceso, lo cual permite identificar áreas en las cuales se presenten problemáticas con el desempeño de las actividades. Los diagramas de flujo que se encuentran en el Anexo 2, detallan las actividades que se deben seguir para los procesos de: compra, recepción de producto, empaquetado, distribución y venta, mismos que son considerados como los procesos gobernantes del depósito de huevos “Gicelita” de acuerdo a la cadena de valor planteada.

4.2.3.3. Requerimiento del producto y material de embalaje

El producto y el material de embalaje se resumen en la Tabla 28, es importante afirmar que, los cálculos han sido realizados considerando la demanda en el Año 1, sin ocupar la capacidad instalada máxima del depósito de huevos “Gicelita”.

Tabla 28:
Requerimiento de producto y material de embalaje

PRODUCTO				
PRODUCTO	CANTIDAD MENSUAL (EN CUBETAS)	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Huevos de Gallina	13.247	\$ 3,10	\$ 41.065,70	\$ 492.788,40
MATERIAL DE EMBALAJE				
Cubetas de cartón	13.247 c/c	\$ 0,08	\$ 1.059,76	\$ 12.717,12
Pabilo	40 rollos	\$ 5,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00

Nota. Requerimiento de materia prima e insumos tanto mensual como anualmente para la comercialización de huevos de gallina, en las parroquias urbanas y rurales de los cantones: Espejo, Bolívar y Montufar, en la provincia del Carchi.

Elaborado por: La autora. 2017

Nomenclatura

c/c = Cubetas de cartón

En el presente proyecto, el producto a comercializar son los huevos de gallina, los cuales son empacados y entregados a los propietarios de tiendas y comercios. Además, se conoce el precio promedio por cubeta y la cantidad mensual requerida por los comerciantes. Por otro lado, para obtener el costo unitario del material de empaque necesario para la comercialización de huevos de gallina, se visitó a diversos proveedores, quienes atendieron las inquietudes sobre los precios unitarios de dicho material de empaque, y a partir de los cuales se procedió a realizar las proyecciones de costos. Es importante mencionar que, la compra de material de empaque se realizará a manera de reposición mensual, en cantidades similares dependiendo de la demanda y existencia en inventario.

4.2.3.4. Requerimiento de equipos de oficina.

El depósito de huevos “Gicelita” deberá contar con el siguiente equipo de oficina, tal como se muestra en la Tabla 29, para la adecuación del área administrativa e instalaciones en general.

Tabla 29:
Requerimiento de Activos – Equipos de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio tipo gerencia	1	\$ 365,00	\$ 365,00
Escritorio tipo secretaria	2	\$ 175,00	\$ 350,00
Silla de espera	6	\$ 30,00	\$ 180,00
Silla giratorias	3	\$ 42,00	\$ 126,00
Archivador de 4 cajones	2	\$ 180,00	\$ 360,00
Archivador aéreo	1	\$ 210,00	\$ 210,00
Portátil	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Impresora	1	\$ 340,00	\$ 340,00
Teléfono	1	\$ 160,00	\$ 160,00
Dispensador de agua	1	\$ 110,00	\$ 110,00
TOTAL			\$ 2.751,00

Nota. Requerimiento de equipo de oficina para la adecuación del depósito de huevos “Gicelita”.
Elaborado por: La autora. 2017

A continuación, en la Tabla 30 se detallan los suministros de oficina necesarios para la puesta en marcha del negocio, de la misma forma en la Tabla 31 se puede apreciar los suministros de limpieza y en la Tabla 32 se desglosa un aproximado de los servicios básicos que serán utilizados en el primer año.

Tabla 30:
Suministros de oficina

ÍTEM	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Papelería y útiles de oficina	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Suministros para impresora	\$ 50,00	\$ 600,00
Archivadores de escritorio	\$ 25,00	\$ 300,00
TOTAL		\$ 1.980,00

Nota. Requerimiento de suministros de oficina para la adecuación del depósito de huevos “Gicelita”.
Elaborado por: La autora. 2017

Tabla 31:
Suministros de limpieza

DETALLE	CANTIDAD MENSUAL	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Trapeador	1	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 48,00
Escoba	1	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 30,00
Papel higiénico	8	\$ 0,40	\$ 3,20	\$ 38,40
Jabón líquido	3	\$ 2,00	\$ 6,00	\$ 72,00
Limpiones	4	\$ 0,80	\$ 3,20	\$ 38,40
Recogedor de basura	1	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Detergente	1	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 36,00
Desinfectante	2	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 48,00
TOTAL				\$ 334,80

Nota. Requerimiento de suministros de limpieza para la puesta en marcha del depósito de huevos “Gicelita”.
Elaborado por: La autora. 2017

Tabla 32:
Servicios básicos

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía eléctrica	\$ 35,00	\$ 420,00
Agua	\$ 18,00	\$ 216,00
Teléfono	\$ 22,00	\$ 264,00
Internet	\$ 45,00	\$ 540,00
TOTAL		\$ 1.440,00

Nota. Cálculo aproximado del costo de servicios básicos del depósito de huevos “Gicelita” en su primer año de funcionamiento.
Elaborado por: La autora. 2017

4.2.3.5. *Requerimiento de personal operativo*

A continuación, en la Tabla 33 se puede apreciar el requerimiento de mano de obra del depósito de huevos “Gicelita”, en donde se clasificó al recurso humano operativo en personal administrativo y personal de ventas, y se procedió a calcular el sueldo base y los beneficios de ley correspondientes, para de esta manera obtener el costo mensual y anual.

Es importante mencionar que, los sueldos base fueron calculados de acuerdo a la tabla de sueldos sectoriales correspondiente al año 2017, para las diferentes funciones del personal operativo y administrativo a tiempo completo.

Tabla 33:
Requerimiento de personal operativo

Costos operacionales - ventas									
operativos	Cantidad	Sueldo Base	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Aporte IESS	Vacaciones	Costo Mensual	Costo Anual	Fondos de reserva (Segundo Año)
Chofer	1	\$ 375,00	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 45,56	\$ 15,63	\$ 498,69	\$ 5.984,25	\$ 375,00
Vendedor	1	\$ 384,41	\$ 32,03	\$ 31,25	\$ 42,86	\$ 16,02	\$ 506,57	\$ 6.078,88	\$ 384,41
TOTAL								\$ 12.063,13	\$ 759,41
Costos Administrativos									
operativos	Cantidad	Sueldo Base	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Aporte IESS	Vacaciones	Costo Mensual	Costo Anual	Fondos de reserva (Segundo Año)
Gerente Propietario	1	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 31,25	\$ 48,60	\$ 16,67	\$ 529,85	\$ 6.358,20	\$ 400,00
Contador	1	\$ 388,20	\$ 32,35	\$ 31,25	\$ 47,17	\$ 16,18	\$ 515,14	\$ 6.181,70	\$ 388,20
TOTAL								\$ 12.539,90	\$ 788,20

Nota. Requerimiento de mano de obra para el depósito de huevos “Gicelita”. Cabe mencionar que, el proyecto de investigación ha sido realizado con información en base al año 2017, esto debido a que en aquel período ha sido levantada la información necesaria.

Elaborado por: La autora. 2017

4.2.3.6. *Diseño de la construcción.*

A continuación, en la Tabla 34 se puede apreciar cómo se encuentra distribuido el lugar donde se desarrollan las actividades productivas, administrativas y comerciales de forma apropiada.

Tabla 34:
Diseño de la construcción

Nº	ÁREA	DIMENSIÓN (m2)
1	Administrativa	16
2	Bodega de almacenamiento	20
3	Sala de espera	8
4	Sanitarios	6
TOTAL		50

Nota. Distribución del espacio en metros cuadrados del depósito de huevos “Gicelita”.
Elaborado por: La autora. 2017

4.2.3.7. *Distribución de la planta.*

El depósito de huevos “Gicelita” se encuentra distribuido estratégicamente para garantizar que su funcionamiento sea óptimo en cuanto al proceso de comercialización de huevos de gallina, incluido actividades operativas como administrativas.

A continuación, en la Figura 32, se puede apreciar la distribución del área del depósito de huevos “Gicelita”:

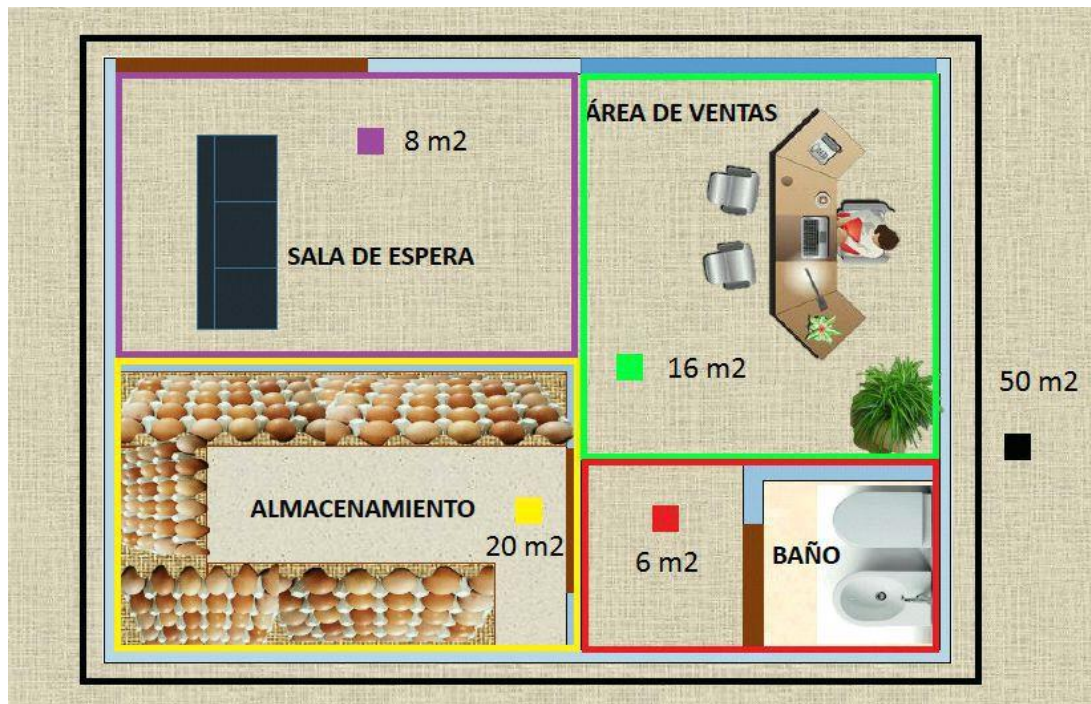


Figura 32. Área del depósito de huevos “Gicelita”
Elaborado por: La autora. 2017

4.3. Propuesta comercial

4.3.1. Estrategias de comercialización.

4.3.1.1. Producto.

A continuación, se presentan varias estrategias que se pueden aplicar en cuanto al producto:

- Incluir la marca del producto de tal manera que permita posicionarse en la mente del consumidor.
- Diseñar un empaque adecuado para el producto en la presentación por cubeta, que es en la que se pretende comercializar los huevos de gallina,

puesto que, según el estudio de mercado, dicho producto habitualmente se comercializa por cubeta.

- Brindar un excelente servicio a nuestros clientes, pues según las encuestas aplicadas el 57% de nuestros clientes, el servicio que les brinda su actual proveedor, lo califican como Bueno.
- Incluir como un servicio adicional la entrega del producto en el lugar acordado, puesto que, el 99% de los comerciantes de huevos de gallina indican que actualmente sus proveedores entregan el producto directamente en su local.
- Realizar la provisión de huevos de gallina con la frecuencia que el cliente necesita de manera cumplida, pues según el estudio de mercado aplicado a los propietarios de tiendas y comercios, el 95% asegura que su actual proveedor le entrega siempre con la frecuencia que necesita.

4.3.1.1.1. Atributos del producto.

El producto es el huevo de gallina considerado como uno de los alimentos más completos para el ser humano pues es rico en proteínas y vitaminas, el cual se pretende comercializar en la presentación por cubeta, de acuerdo al requerimiento de nuestros clientes.

A continuación, se presenta en la Tabla 35, la composición nutricional del huevo de gallina:

Tabla 35:
Composición nutricional del huevo de gallina

COMPONENTE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Calorías	70	4%
Grasa	5 g	8%
Colesterol	210 mg	71%
Sodio	70 mg	3%
Carbohidratos	0 g	0%
Proteína	6 g	14%

Nota. Componente nutricional, su cantidad y porcentaje del huevo de gallina. Fuente: Revista Nutrición Ecuador, 2016.
Elaborado por: La autora. 2017

4.3.1.1.2. Asignación de marca.

La marca asignada al producto es Huevos de Hoy, pues a través de la misma se pretende posicionar la marca del producto en la mente de los consumidores. Cabe mencionar que, la marca no es un aspecto que predomine entre los gustos y preferencias de los clientes de manera absoluta, por lo que el diseño no va a ser de gran tamaño, tal como se muestra en la Figura 33, la misma que forma parte de la etiqueta del producto final.



Figura 33. Marca asignada al producto
Elaborado por: La autora. 2017

4.3.1.1.3. Etiquetado.

En la etiqueta del producto en cuanto a la presentación por cubeta, deben constar básicamente los siguientes aspectos:

- Nombre de la marca.
- Tamaño del producto.
- Peso.
- Información nutricional.
- Tiempo máximo de consumo.
- Modo de conservación.
- Receta de preparación.
- Dirección de contactos.
- Código de barras.

4.3.1.1.4. Empaque.

El empaque va a ser diseñado pensando en que el producto será comercializado a propietarios de tiendas y comercios, por tanto, se considerará únicamente la presentación por cubeta.

En la Figura 34, se ilustra el modelo final de la presentación a considerar:



Figura 34. Diseño del empaque para comercializar los huevos de gallina por cubeta

Elaborado por: La autora. 2017

4.3.1.1.5. Servicios de apoyo del producto.

Se considera importante colocar un número telefónico y una dirección de correo electrónico en los respectivos empaques del producto, con la finalidad que el cliente pueda comunicarse con la propietaria del negocio para solicitar información que requiera sobre el producto o cualquier inquietud.

4.3.1.2. Precio.

Algunas de las estrategias que se puede diseñar en cuanto al precio son:

- Ofrecer un producto de calidad a un precio accesible y competitivo, de acuerdo al poder adquisitivo de los futuros clientes, pues según las encuestas aplicadas a los propietarios de tiendas y comercios, el 96% de los encuestados compran cada cubeta de huevos a \$3,50 aproximadamente, esto de acuerdo a la oferta y demanda existente.
- Mantener estructurados los costos, mismos que al añadir un margen de utilidad, se tendrá como resultado el precio final del producto.
- Los precios serán competitivos, para obtener un mejor posicionamiento en el mercado.

El precio depende principalmente de la oferta y demanda del producto, por tanto, se ha decidido aplicar el método de fijación de precios en base a la competencia porque el producto es igual al de la oferta existente y es en este punto donde el precio es la clave estratégica del mercado.

El precio de la cubeta de huevos de gallina se establecerá de acuerdo a los costos de adquisición por cubeta más un porcentaje de utilidad y de igual manera considerando los precios establecidos por la competencia.

Tabla 36:
Análisis de precios

RUBROS	COSTO
Costo de adquisición por cubeta	\$ 2,65
Utilidad	\$ 0,45
Total precio de venta al por mayor	\$ 3,10
Margen para el distribuidor	\$ 0,55
Total precio de venta al público final	\$ 3,65

Nota. Análisis de precios considerando los márgenes de contribución al canal de distribución para la comercialización de huevos de gallina. Elaborado por: La autora. 2017

Por tanto, el costo por cubeta de huevos en adquisición es 2,65 dólares, más un porcentaje de utilidad se tiene como resultado el Precio de venta al por mayor igual a 3,10 dólares por cubeta, y a partir de aquel valor se obtienen dos márgenes de contribución, el primero correspondiente al distribuidor, con un total de 3,65 dólares por cubeta y con una ganancia bruta de 0,55 centavos por cubeta distribuida y con ello se obtiene el Precio de Venta al público (PVP),

4.3.1.3. Plaza.

De acuerdo a la investigación de mercado realizada, el 98% de propietarios de tiendas y comercios entregan su producto directamente al consumidor final, por tanto, la distribución o plaza del producto será mediante un canal de distribución largo, tal como se muestra en la Figura 35, pues los proveedores de huevos de gallina entregarán su producto al depósito de huevos “Gicelita”, la misma que, entregará el producto principalmente a los propietarios de tiendas y comercios que requieran el mismo, y ellos serán los encargados de hacer llegar el producto al consumidor final.

Para la distribución del producto, se pretende utilizar estrategias como:

- Promover el producto como nutricional y de excelente calidad, a nuestros clientes.
- Mantener un estricto control de calidad en el proceso de selección.
- Ofrecer el servicio de transporte a nuestros clientes.
- Mantener contacto con los compradores, para dar información acerca del producto.
- Entregar los pedidos según las condiciones de negociación acordadas.



Figura 35. Canal de distribución utilizado por el depósito de huevos "Gicelita"
Elaborado por: La autora. 2017

4.3.1.4. Promoción.

De acuerdo a la investigación de mercado realizada, la promoción debe contemplar principalmente los siguientes medios de comunicación: material impreso publicitario con una aceptación del 57% y redes sociales con un total de 26% de aceptación, las mismas que son de gran importancia para promocionar o para que conozcan la oferta de huevos de gallina los clientes. Algunas de las estrategias que se pueden aplicar en cuanto a la promoción son:

- Ofrecer cupones o vales de descuentos.
- Ofrecer descuentos por temporada o por cantidad.
- Promocionar el producto a través de las redes sociales y banners publicitarios en los lugares más concurridos por los clientes.
- Participar en ferias.
- Entregar afiches, volantes y/o calendarios publicitarios.

4.4. Propuesta contable

4.4.1. Elaboración del plan de cuentas.

El plan de cuentas del Depósito de huevos “Gicelita” se encuentra estructurado en base a sus necesidades, para registrar los movimientos económicos que realiza la organización, proporcionando la información para elaborar los estados financieros.

4.4.4.1 . Catálogo de cuentas.

A continuación, se presenta el plan de cuentas del depósito de huevos “Gicelita”, mismo que es el listado lógico y ordenado de cuentas y subcuentas que nos permite dar un nombre y un código a una transacción económica. Cabe

mentonar que, para el presente proyecto se va a utilizar el sistema de cuenta múltiple, con el fin de llevar un control detallado mediante varias cuentas.

Tabla 37:
Plan de cuentas

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"	
PLAN DE CUENTAS	
CÓDIGO	NOMBRE DE LA CUENTA CONTABLE
1.	ACTIVO
1.1.	ACTIVO CORRIENTE
1.1.01.	Efectivo y equivalente a efectivo
1.1.01.01.	Caja
1.1.01.02.	Bancos
1.1.02.	Documentos y cuentas por cobrar
1.1.02.01.	Cuentas por cobrar clientes
1.1.02.02.	Anticipo sueldos empleados
1.1.02.03.	Anticipo a proveedores
1.1.03.	Impuestos corrientes
1.1.03.01	IVA en compra de bienes
1.1.03.02	Retención en la fuente 1%
1.1.04.	Inventarios
1.1.04.01.	Inventario de mercadería
1.2.	ACTIVO NO CORRIENTE
1.2.01.	Propiedades, planta y equipos
1.2.01.01.	Edificio
1.2.01.02.	Muebles y enseres
1.2.01.03.	Equipo de oficina
1.2.01.04.	Vehículos
1.2.01.05.	Equipo de cómputo y software
1.2.02.	Depreciación acumulada propiedades, planta y equipos
1.2.02.01.	Depreciación acumulada edificio
1.2.02.02.	Depreciación acumulada muebles y enseres
1.2.02.03.	Depreciación acumulada equipo de oficina
1.2.02.04.	Depreciación acumulada vehículos
1.2.02.05.	Depreciación acumulada equipo de cómputo y software
1.2.03.	Otras cuentas por cobrar
1.2.03.01.	Cuentas por cobrar largo plazo
2.	PASIVO
2.1.	PASIVO CORRIENTE

2.1.01.	Cuentas por pagar
2.1.01.01.	Proveedores por pagar
2.1.01.02.	Anticipo clientes
2.1.01.03.	Otras cuentas por pagar
2.1.02.	INSTITUCIONES FINANCIERAS
2.1.02.01.	Préstamos Bancarios C/P
2.1.02.02.	Intereses por Pagar
2.1.03.	OBLIGACIONES CON EL PERSONAL
2.1.03.01.	Sueldos y Salarios por Pagar
2.1.03.02.	Décimo Tercero
2.1.03.03.	Décimo Cuarto
2.1.03.04.	Vacaciones
2.1.03.05.	Participación Trabajadores
2.1.03.06.	Salario Digno
2.1.04.	IESS POR PAGAR
2.1.04.01.	Aportes al Iess por pagar
2.1.04.02.	Fondos de Reserva por pagar
2.1.04.03.	Préstamos Quirografarios por pagar
2.1.04.04.	Préstamos Hipotecarios por pagar
2.1.05.	IMPUESTOS FISCALES POR PAGAR
2.1.05.01.	Retención en la fuente por pagar 1%
2.1.05.02.	Anticipo de impuesto a la renta
2.2.	PASIVO NO CORRIENTE
2.2.01.	Préstamos Bancarios
2.2.01.01.	Préstamo bancario largo plazo
3.	PATRIMONIO
3.1.	CAPITAL SOCIAL
3.1.01.	Capital
3.1.01.01	Capital Social
3.1.02.	Resultados
3.1.02.01.	Utilidad acumulada
3.1.02.02.	Pérdida acumulada
3.1.02.03.	Resultado del ejercicio
4.	INGRESOS
4.1.	INGRESOS OPERACIONALES
4.1.01.	Ventas
4.1.01.01.	Ventas tarifa 0%
4.1.01.02.	Descuento en ventas
4.1.01.03.	Devolución en ventas
4.1.02.	Otros ingresos
4.1.02.01.	Intereses ganados
4.1.02.02.	Otros ingresos
5.	COSTOS

5.1.	COSTOS DE VENTAS
5.1.01.	Costos de productos vendidos
5.1.01.01.	Compras tarifa 0% (Costo de Ventas)
5.1.01.02.	Descuento en compras
5.1.01.03.	Devolución en compras
6.	GASTOS
6.1.	GASTOS OPERACIONALES
6.1.01.	Gastos de administración
6.1.01.01.	Sueldos
6.1.01.02.	Horas Extras
6.1.01.03.	Aporte Patronal
6.1.01.04.	Fondos de Reserva
6.1.01.05.	Décimo Tercer Sueldo
6.1.01.06.	Décimo Cuarto Sueldo
6.1.01.07.	Vacaciones
6.1.01.08.	Honorarios Profesionales
6.1.01.09.	Asesoramiento y Capacitación
6.1.01.10.	Mantenimiento Maquinaria y Equipo
6.1.01.11.	Mantenimiento Edificio e Instalaciones
6.1.01.12.	Mantenimiento Vehículo
6.1.01.13.	Mantenimiento Equipo de Computación
6.1.01.14.	Mantenimiento Equipo de Oficina
6.1.01.15.	Mantenimiento Muebles y Enseres
6.1.01.16.	Promoción y Publicidad
6.1.01.17.	Combustible y Lubricantes
6.1.01.18.	Suministros de oficina
6.1.01.19.	Útiles de Aseo
6.1.01.20.	Materiales de embalaje
6.1.01.21.	Servicios básicos
6.1.01.22.	Otros servicios contratados
6.1.02.	Depreciaciones
6.1.02.01.	Gasto depreciación acumulada edificio
6.1.02.02.	Gasto depreciación acumulada muebles y enseres
6.1.02.03.	Gasto depreciación acumulada equipo de oficina
6.1.02.04.	Gasto depreciación acumulada vehículos
6.1.02.05.	Gasto depreciación acumulada equipo de cómputo y software
6.1.03.	Gastos de ventas
6.1.03.01.	Sueldos
6.1.03.02.	Horas Extras
6.1.03.03.	Aporte Patronal
6.1.03.04.	Fondos de Reserva
6.1.03.05.	Décimo Tercer Sueldo
6.1.03.06.	Décimo Cuarto Sueldo

6.1.03.07.	Vacaciones
6.1.03.08.	Honorarios Profesionales
6.1.03.09.	Asesoramiento y Capacitación
6.1.03.10.	Mantenimiento Maquinaria y Equipo
6.1.03.11.	Mantenimiento Edificio e Instalaciones
6.1.03.12.	Mantenimiento Vehículo
6.1.03.13.	Mantenimiento Equipo de Computación
6.1.03.14.	Mantenimiento Equipo de Oficina
6.1.03.15.	Mantenimiento Muebles y Enseres
6.1.03.16.	Promoción y Publicidad
6.1.03.17.	Combustible y Lubricantes
6.1.03.18.	Suministros de oficina
6.1.03.19.	Útiles de Aseo
6.1.03.20.	Materiales de embalaje
6.1.03.21.	Servicios básicos
6.1.03.22.	Otros servicios contratados
6.2.	GASTOS NO OPERACIONALES
6.2.01	Gastos financieros
6.2.01.01.	Intereses bancarios
6.2.01.02.	Servicios bancarios
6.3.	GASTOS NO DEDUCIBLES
6.3.1	Gastos no deducibles administrativos
6.3.1.01.	GND Administrativos
6.3.2.	Gastos no deducibles de ventas
6.3.2.01	GND de ventas
7.	CUENTAS DE ORDEN
7.1.	RESUMEN DE RENTAS Y GASTOS
7.1.01	Resumen de rentas y gastos
7.1.01.01	Resumen de rentas y gastos

Nota. El plan de cuentas del Depósito de huevos “Gicelita” es el listado lógico y ordenado de las cuentas y subcuentas que nos permite dar un código y un nombre a una transacción económica. Fuente: Proceso contable para el comercial mega tienda “Santa Rosa” del cantón Montalvo, provincia de Los Ríos y su incidencia en el control de las operaciones comerciales, 2014.

Elaborado por: La autora. 2017

4.4.4.2 Descripción del catálogo de cuentas.

A continuación, se presenta una breve descripción de las principales cuentas contables:

Código: 1.

Denominación: Activo

Naturaleza: Deudora

Descripción: Agrupa las cuentas que representan los bienes y derechos tangibles e intangibles propios de la empresa.

Código: 1.1.

Denominación: Activo corriente

Naturaleza: Deudora

Descripción: Agrupa las cuentas líquidas a corto plazo, mismas que representan los bienes y derechos tangibles e intangibles de la empresa.

Código: 1.2.

Denominación: Activo no corriente

Naturaleza: Deudora

Descripción: Agrupa las cuentas de los activos propios de la empresa, los cuales no se encuentran disponibles para la venta.

Código: 2.

Denominación: Pasivo

Naturaleza: Acreedora

Descripción: Agrupa las cuentas que representan obligaciones que posee la empresa, durante su ejercicio de actividades.

Código: 2.1.

Denominación: Pasivo corriente

Naturaleza: Acreedora

Descripción: Agrupa las cuentas que representan las obligaciones que tiene la empresa a corto plazo.

Código: 2.2.

Denominación: Pasivo no corriente

Naturaleza: Acreedora

Descripción: Agrupa las cuentas que representan las obligaciones de la empresa a largo plazo.

Código: 3.

Denominación: Patrimonio

Naturaleza: Acreedora

Descripción: Agrupa las cuentas de bienes, derechos y obligaciones que posee la empresa.

Código: 3.1.

Denominación: Capital social

Naturaleza: Acreedora

Descripción: Agrupa el conjunto de capital que los socios han invertido en la empresa.

Código: 4.

Denominación: Ingresos

Naturaleza: Acreedora

Descripción: Agrupa las cuentas por ingreso de dinero o ganancia, como resultado de la venta de mercadería.

Código: 4.1.

Denominación: Ingresos operacionales

Naturaleza: Acreedora

Descripción: Agrupa las cuentas por ingreso de dinero o ganancia, obtenido en operaciones normales de la empresa.

Código: 5.

Denominación: Costos

Naturaleza: Deudora

Descripción: Agrupa las cuentas que representan erogaciones de dinero para la compra de mercadería necesaria para el funcionamiento de la empresa.

Código: 5.1.

Denominación: Costos de ventas

Naturaleza: Deudora

Descripción: Agrupa cuentas que representan gastos relacionados directamente con las actividades de la empresa.

Código: 6.

Denominación: Gastos

Naturaleza: Deudora

Descripción: Agrupa cuentas que representan gastos tanto administrativos como de ventas, con el fin de llevar a cabo normalmente las actividades de la empresa.

Código: 7.

Denominación: Cuentas de Orden

Naturaleza: Deudora

Descripción: Agrupa aquellas cuentas que se abren para registrar un movimiento de valores, cuando este no afecta o modifica los estados financieros de la empresa.

4.4.2. Diseño de documentos.

- Orden de compra

Tabla 38:

Orden de compra

	DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"		ORDEN DE COMPRA N°
			01
Fecha:		Solicitante:	
Proveedor:			
Dirección:			
Teléfono:			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
SUBTOTAL			
IVA (12%)			
TOTAL			
Observaciones:			
GERENTE – PROPIETARIO		PROVEEDOR	

Nota. Formato de orden de compra que el cliente debe enviar al depósito de huevos “Gicelita” para proceder con la venta respectiva.

Elaborado por: La autora. 2017

- Comprobante pago clientes

Tabla 39:

Comprobante de pago clientes

	DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"		COMPROBANTE DE PAGO CLIENTES N°
			01
Fecha:			
Nombre:			
N° de la Factura:			
Forma de pago:			
POR CONCEPTO DE:			
TOTAL ABONO			
SALDO			
Observaciones:			
Recibí Conforme		Entregue Conforme	

Nota. Diseño del comprobante de pago que el depósito de huevos “Gicelita” entregará al cliente una vez abonado o cancelada determinada venta.

Elaborado por: La autora. 2017

- Recibo de caja

Tabla 40:
Reposición de caja

	DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"			RECIBO DE CAJA N°
				01
Fecha:				
Nombre:				
FECHA	N° FACTURA	DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	OBSERVACIONES
TOTAL (INCLUIDO IVA)				
Observaciones:	Los valores anteriormente detallados se encuentran debidamente justificados con los respectivos recibos, notas de venta y/o facturas.			
Responsable:		Revisado por:		

Nota. Diseño de reposición de caja la cual se utilizará para justificar determinados gastos del depósito de huevos "Gicelita".
Elaborado por: La autora. 2017

- **Kárdex**

Tabla 41:

Kárdex

		DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"						KÁRDEX N°			
								01			
Artículo:						Método:					
Código:						Unidad:					
Fecha:	Detalle	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS			
		Cant.	V.Unit	V. Total	Cant.	V.Unit	V. Total	Cant.	V. Unit	V. Total	
Inventario Final											

Nota. Formato de kárdex que utilizará el depósito de huevos “Gicelita” para registrar de manera organizada las entradas, salidas y existencias del producto que se tiene en el almacén.

Elaborado por: La autora. 2017

- **Libro diario**

Tabla 42:

Libro diario

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				FOLIO N°	
				01	
LIBRO DIARIO					
Septiembre 2017					
FECHA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN		DEBE	HABER
TOTAL					

Nota. Formato de libro diario que utilizará el depósito de huevos “Gicelita” para registrar día a día los hechos económicos de la empresa.

Elaborado por: La autora. 2017

- **Libro mayor**

Tabla 43:
Libro mayor

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código:		Cuenta:		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
TOTAL				

Nota. Formato de libro mayor que utilizará el depósito de huevos “Gicelita” para registrar los movimientos en cada cuenta contable de la empresa.

Elaborado por: La autora. 2017

- **Balance de comprobación**

Tabla 44:
Balance de comprobación

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"					
BALANCE DE COMPROBACIÓN					
AL 31 DE DICIEMBRE DE 20__					
CÓDIGO	CUENTAS	SUMAS		SALDOS	
		DEBE	HABER	DEUDOR	ACREEDOR
	ACTIVOS				
	Efectivo y equivalentes				
	Caja	xxx	xxx	xxx	
	Bancos	xxx	xxx	xxx	
	Cuentas y Documentos por cobrar	xxx	xxx	xxx	
	Inventarios	xxx	xxx	xxx	
	Inventario de Mercadería	xxx	xxx	xxx	
	Propiedad planta y equipo				
	Edificio	xxx	xxx	xxx	
	Muebles de oficina	xxx	xxx	xxx	
	Equipo de oficina	xxx	xxx	xxx	
	Equipo de computación	xxx	xxx	xxx	
	Vehículos	xxx	xxx	xxx	
	PASIVOS				
	Cuentas por pagar	xxx	xxx		Xxx
	Préstamo Bancario	xxx	xxx		Xxx
	IESS por pagar	xxx	xxx		Xxx
	PATRIMONIO				Xxx
	Capital social	xxx	xxx		Xxx
	TOTAL	xxx	xxx	xxx	Xxx

Nota. Formato del balance de comprobación que utilizará el depósito de huevos “Gicelita” con el fin de visualizar el total de débitos y créditos de las cuentas junto al saldo de cada una de ellas, ya sea deudor o acreedor.
Elaborado por: La autora. 2017

- Estado de situación financiera

Tabla 45:
Estado de situación financiera

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"			
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			
AL 31 DE DICIEMBRE DE 20__			
(En dólares americanos)			
ACTIVOS		PASIVOS	
CORRIENTES		CORRIENTES	
Efectivo y equivalentes del efectivo		Cuentas y Documentos por pagar	Xxx
Caja	xxx	Sueldos acumulados por pagar	Xxx
Bancos	xxx	Proveedores	Xxx
Activos Financiero		Obligaciones con instituciones financieras	
Doc. y Cuentas por cobrar	xxx	Préstamo bancario	Xxx
(-) Provisión Ctas. Incobrables	(xxx)	Obligaciones con el IESS	Xxx
Inventarios		Anticipo Clientes	Xxx
Inv. Prod. Term. y mercadería	xxx	Con la administración tributaria	
(-) Provisión por valor neto de realización y otras pérdidas en el inventario.	(xxx)	Con el IESS	Xxx
Servicios y otros pagos anticipados		Por beneficios de ley a empleados	Xxx
Arriendos pagados por anticipado	xxx	Partic. trabajadores por pagar	Xxx
Anticipo proveedores	xxx	Anticipo de clientes	Xxx
NO CORRIENTES		Cuentas y documentos por pagar	Xxx
Propiedad planta y equipo	xxx	Obligaciones con inst. financieras	Xxx
Terrenos	xxx	TOTAL PASIVOS	Xxx
Edificios	xxx	PATRIMONIO NETO	
Muebles y enseres	xxx	Capital	Xxx
Maquinaria y equipos	xxx	Resultados acumulados	
Equipo de computación	xxx	Ganancias Acumuladas	Xxx
Vehículos	xxx	(-) Pérdidas acumuladas	(xxx)
Repuestos y Herramientas	xxx	Resultados del ejercicio	
		Ganancia neta del período	Xxx
		(-) Pérdida neta del período	(xxx)
		TOTAL PATRIMONIO	Xxx
TOTAL ACTIVOS	XXX	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	XXX
Declaro que los datos que constan en el presente estado financiero son exactos, verdaderos y están elaborados bajo normas internacionales de información financiera (NIIF)			
Firma Representante Legal:		Firma Contador:	
Nombre:		Nombre:	
C.I./RUC:		C.I./RUC:	

Nota. Formato del estado de situación financiera que utilizará el depósito de huevos "Gicelita" con el fin de reflejar la situación financiera de la empresa a una fecha determinada. Fuente: Superintendencia de Compañías, 2017.

Elaborado por: La autora. 2017

- Estado de resultados

Tabla 46:

Estado de resultados

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"		
ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO		
AL 31 DE DICIEMBRE DE 20__		
CUENTAS	PARCIAL	TOTAL
INGRESOS		
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS		XXX
Ventas	XXX	
(-) Devolución en ventas	(XXX)	
COSTO DE VENTAS Y PRODUCCIÓN		(XXX)
Materiales utilizados o productos vendidos	XXX	
= GANANCIA BRUTA		XXX
Otros Ingresos		XXX
Intereses financieros		
Otras Rentas		XXX
Comisiones		
Arriendos		
GASTOS		(XXX)
(-) Gastos Ventas	(XXX)	
Sueldos y salarios		
Aportes a la Seguridad Social		
Comisiones a vendedores		
Promoción y Publicidad		
Transporte		
Agua, energía, luz y telecomunicaciones		
Depreciaciones		
Publicidad		
(-) Gastos Administrativos	(XXX)	
Sueldos y salarios		
Aportes a la Seguridad Social		
Comisiones		
Promoción y Publicidad		
Transporte		
Agua, energía, luz y telecomunicaciones		
Depreciaciones		
Publicidad		
Gastos Financieros	XXX	
Intereses		
Comisiones		
GANACIA (PÉRDIDA) ANTES DE PARTICIPACIÓN E IMPUESTOS		XXX
15% Trabajadores		(XXX)
GANACIA (PÉRDIDA) ANTES DE IMPUESTOS		
Impuesto a la Renta Causado		(XXX)
GANACIA (PÉRDIDA) NETA DEL PERIODO		XXX
Declaro que los datos que constan en el presente estado financiero son exactos, verdaderos y están elaborados bajo normas internacionales de información financiera (NIIF)		
Firma Representante Legal:	Firma Contador:	
Nombre:	Nombre:	
C.I./RUC:	C.I./RUC:	

Nota. Formato del estado resultados que utilizará el depósito de huevos “Gicelita” con el fin de obtener la utilidad o pérdida durante un período. Fuente: Superintendencia de Compañías, 2017.

Elaborado por: La autora. 2017

- Estado de flujo de efectivo

Tabla 47:
Estado de flujo de efectivo

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"			
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO (MÉTODO DIRECTO)			
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 20__			
UNIDAD: DÓLAR			
INCREMENTO NETO (DISMINUCIÓN) EN EL EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO, ANTES DEL EFECTO DE LOS CAMBIOS EN LA TASA DE CAMBIOS			XXX
FLUJO DE EFECTIVO PROCEDENTES DE (UTILIZADOS EN) ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		XXX	
Clases de cobro por actividades de operación	xxx		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	xxx		
Cobros procedentes de regalías, cuotas, comisiones y otros ingresos de actividades ordinarias	xxx		
Cobros procedentes de contratos mantenidos con propósito de intermediación o para negociar	xxx		
Cobros procedentes de primas y prestaciones, anualidades y otras obligaciones derivadas de las pólizas suscritas	xxx		
Clases de pagos por actividades de operación	xxx		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	<xxx>		
Pagos procedentes de contratos mantenidos para intermediación o para negociar	xxx		
Pagos de primas y prestaciones, anualidades y otras obligaciones derivadas de las pólizas suscritas	xxx		
Otros pagos por actividades de operación	xxx		
Dividendos pagados		<xxx>	
Dividendos recibidos		xxx	
Interese pagados		<xxx>	
Interese recibido		xxx	
Impuesto a las ganancias pagadas		<xxx>	
Otras entradas (salidas) de efectivo		xxx	
FLUJO DE EFECTIVO PROCEDENTES DE (UTILIZADOS EN) ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		XXX	
Efectivo procedente de la venta de acciones en subsidiarias u otros negocios.	xxx		
Efectivo utilizado para adquirir acciones en subsidiarias u otros negocios para tener el control	<xxx>		
Efectivo utilizado en la compra de participaciones no controladoras	<xxx>		
Otros cobros por la venta de acciones o instrumentos de deuda de otras entidades	xxx		
Otros pagos para adquirir acciones o instrumentos de deuda de otras entidades	<xxx>		
Otros cobros por la venta de participaciones en negocios conjuntos	xxx		
Otros pagos para adquirir participaciones en negocios conjuntos	<xxx>		
Importes procedentes por la venta de propiedades, planta y equipo.	xxx		
Adquisiciones de propiedades, planta y equipo.	<xxx>		
Importes procedentes de ventas de activos intangibles	xxx		
Compras de activos intangibles	<xxx>		
Importes procedentes de otros activos a largo plazo	xxx		
Compras de otros activos a largo plazo	<xxx>		

Importes procedentes de subvenciones del gobierno	xxx		
Anticipos de efectivo efectuados a terceros	<xxx>		
Cobros procedentes del reembolso de anticipos y préstamos concedidos a terceros	xxx		
Pagos derivados de contratos de futuro, a término, de opciones y de permuta financiera	<xxx>		
Cobros procedentes de contratos de futuro, a término, de opciones y de permuta financiera	xxx		
Dividendos recibidos	xxx		
Intereses recibidos	xxx		
Otras entradas (salidas) de efectivo	xxx		
FLUJOS DE EFECTIVO PROCEDENTES DE (UTILIZADOS EN) ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		xxx	
Aporte en efectivo por aumento de capital	xxx		
Financiamiento por emisión de títulos valores	xxx		
Pagos por adquirir o rescatar las acciones de la entidad	<xxx>		
Financiación por préstamos a largo plazo	xxx		
Pagos de préstamos	<xxx>		
Pagos de pasivos por arrendamientos financieros	<xxx>		
Importes procedentes de subvenciones del gobierno	xxx		
Dividendos pagados	<xxx>		
Intereses recibidos	xxx		
Otras entradas (salidas) de efectivo	xxx		
EFFECTOS DE LA VARIACIÓN EN LA TASA DE CAMBIO SOBRE EL EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO		xxx	
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes del efectivo			
INCREMENTO (DISMINUCIÓN) NETO DE EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO			xxx
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO AL PRINCIPIO DEL PERIODO			
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO AL FINAL DEL PERIODO			xxx
CONCILIACIÓN ENTRE LA GANACIA (PERDIDA) NETA Y LOS FLUJOS DE OPERACIÓN			
(Incremento) disminución en cuentas por cobrar clientes			
(Incremento) disminución en otras cuentas por cobrar			
(Incremento) disminución en anticipos de proveedores			
(Incremento) disminución en inventarios			
(Incremento) disminución en otros activos			
Incremento (disminución) en cuentas por pagar comerciales			
Incremento (disminución) en otras cuentas por pagar			
Incremento (disminución) en beneficios empleados			
Incremento (disminución) en anticipos de clientes			
Incremento (disminución) en otros pasivos			
Flujos de efectivos netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación			xxx
Declaro que los datos que constan en este estado financiero son exactos, verdaderos y están elaborados bajo normas internacionales de información financiera (NIIF)			
Firma Representante Legal:	Firma Contador:		
Nombre:	Nombre:		
C.I./RUC:	C.I./RUC:		

Nota. Formato del estado de flujo de efectivo que utilizará el depósito de huevos “Gicelita” con el fin de visualizar las variaciones y los movimientos de efectivo y sus equivalentes en un período dado. Fuente: Superintendencia de Compañías, 2017.

Elaborado por: La autora. 2017

4.4.3 Aplicación práctica del ciclo contable.

A continuación, se presentan las transacciones:

El 01 de septiembre de 2017, el depósito de huevos “Gicelita” ubicado en la ciudad de El Ángel, presenta la siguiente información sobre el saldo de sus cuentas contables:

Caja	11.800,00
Bancos	3.800,00
Cuentas por cobrar clientes	1.160,00
Préstamos empleados	380,00
Inventarios	11.390,00
Edificio	35.000,00
Muebles y enseres	3.600,00
Equipo de cómputo y software	1.350,00
Vehículos	21.000,00
Proveedores por pagar	600,00
Cuentas por pagar corto plazo	550,00
Cuenta por pagar préstamo bancario	660,00
Préstamo bancario	14.000,00
Capital aportado	68.820,00
Utilidad acumulada	4.850,00
Inventario	11.390,00

Inventario que se detalla a continuación:

Huevo grueso de 66 gr a 70gr la cantidad de 2900 a un valor unitario de \$3,10

Huevo mediano de 61 gr a 65 gr la cantidad de 800 a un valor unitario de \$3,00

Las operaciones del mes de Septiembre de 2017 son las siguientes:

- **Septiembre 01.-** Se realiza la compra de huevos de gallina a la empresa CASAGRANDE – AGOYAN, la cual es obligada a llevar contabilidad, por \$5.100,00; se cancela con cheque \$2.500,00 y el resto se paga a crédito. Se detalla a continuación la compra.
1500 cubetas de huevo grueso de 66 gr a 70gr a \$3,10 cada cubeta.
150 cubetas de huevo mediano de 61 gr a 65 gr a \$3,00 cada cubeta.
- **Septiembre 04.-** Cancelan los clientes por concepto de ventas con crédito directo, todo el saldo correspondiente al mes de junio por un valor de \$650,00; \$100,00 es en efectivo y el resto mediante cheque.
- **Septiembre 05.-** Se realiza la compra de papelería y útiles de oficina por un valor de \$140,00 se distribuye el 50 % para el departamento administrativo y el 50% al departamento de ventas. Se cancela al contado.
- **Septiembre 06.-** Según factura N° 001-001-00000006701, se realiza una venta a la Sra. Estela Herrera persona natural no obligada a llevar contabilidad, por el valor de \$5929,00 el mismo que se cancela al contado de los siguientes productos:
1530 cubetas de huevo grueso de 66 gr a 70gr a \$3,65 cada cubeta.
100 cubetas de huevo mediano de 61 gr a 65gr a \$3,45 cada cubeta.
- **Septiembre 07.-** Se procede a cancelar al contado los servicios básicos: agua \$18,00 potable y energía eléctrica \$ 35,00 correspondientes al mes de agosto de 2017.
- **Septiembre 07.-** Se cancela servicios de internet y telefonía fija por un valor total de \$ 57,00, valor que incluye IVA el cual se debita automáticamente de la cuenta corriente.

- **Septiembre 08.-** Se deposita en el banco las ventas en efectivo del 06 de septiembre.
- **Septiembre 08.-** Se realiza una compra, a CASAGRANDE – AGOYAN por un valor de \$ 5425,00 el cual se cancela al contado. Se detalla a continuación la compra.

1750 cubetas de huevo grueso de 66 gr a 70gr a \$3,10 cada cubeta.

- **Septiembre 11.-** Según factura N° 001-001-00000006754, se vende a la Sra. Alexandra Remache persona natural obligada a llevar contabilidad, 650 cubetas de huevos gruesos de 66gr a 70gr por un valor de \$ 2372,50; el 60% cancela en efectivo y la diferencia con crédito directo. Se detalla a continuación la compra.
- **Septiembre 12.-** De la venta realizada a la Sra. Alexandra Remache, devuelve 16 cubetas de huevos debido a que se encuentran rotos varios huevos, aquel valor es descontado de las cuentas por cobrar.
- **Septiembre 13.-** Según factura N° 001-001-00000006761, se vende con crédito directo a Supermercados “María” obligado a llevar contabilidad, 1375 cubetas de huevos gruesos de 66 gr a 70 gr a \$3,65 cada cubeta.
- **Septiembre 14.-** La Sra. Alexandra Remache cancela la venta a crédito, misma que se deposita en el banco conjuntamente con el efectivo de la venta total del 11 de septiembre de 2017.
- **Septiembre 15.-** Supermercados “María” cancela el valor total de su deuda en efectivo.

- **Septiembre 18.-** El valor total cancelado por Supermercados “María”, se deposita en el banco.
- **Septiembre 18.-** Según factura N° 001-002-0007151, se compra al contado CASAGRANDE – AGOYAN el siguiente producto:
1580 cubetas de huevo grueso de 66 gr a 70gr a \$3,10 cada cubeta.
- **Septiembre 19.-** Se compra a CASAGRANDE – AGOYAN, 1.720 cubetas de huevos medianos de 61 gr a 65 gr a \$ 3,00 cada cubeta. Se paga el 50% con cheque y la diferencia con crédito directo.
- **Septiembre 20.-** De la compra de huevos realizada el 19 de septiembre de 2017, se devuelve 18 cubetas de huevos debido a que se encuentran rotos, se realiza la respectiva nota de crédito.
- **Septiembre 22.-** Se cancela el saldo pendiente a CASAGRANDE – AGOYAN, por la compra realizada el 19 de septiembre de 2017. Se cancela con cheque.
- **Septiembre 23.-** Según factura N° 001-001-00000006772, se vende 1.080 cubetas de huevos gruesos y 50 cubetas de huevos medianos al Sr. Miguel Tapia. El 50% es cancelado en efectivo y la diferencia con crédito personal hasta el 26 de septiembre.
1080 cubetas de huevo grueso de 66 gr a 70gr a \$3,65 cada cubeta.
50 cubetas de huevo mediano de 61 gr a 65 gr a \$3,45 cada cubeta.
- **Septiembre 26.-** Se registra la cancelación de la cuenta por cobrar a nombre del Sr. Miguel Tapia. Se cancela en efectivo.
- **Septiembre 27.-** Se procede a realizar el depósito en el banco de la venta al Sr. Miguel Tapia.

- **Septiembre 27.-** Según factura N° 001-001-00000006795, se realiza una venta al contado a la Sra. Sonia Chulde persona natural obligada a llevar contabilidad, una cantidad de 1.040 cubetas de huevos gruesos de 66 gr a 70 gr a \$ 3,65 cada cubeta.
- **Septiembre 28.-** Se deposita el valor total de la factura N° 001-001-00000006795.
- **Septiembre 28.-** Según factura N° 001-001-00000006798, se vende 940 cubetas de huevos grueso a \$3,65 cada cubeta y 50 cubetas de huevos medianos a \$3,45 cada cubeta. El pago es en efectivo.
- **Septiembre 29.-** Se deposita el dinero de la venta anterior en el banco.
- **Septiembre 29.-** Se cancelan sueldos y salarios correspondientes al mes de Septiembre. Los beneficios de ley son mensualizados.

Gerente	\$329,60
Contador	\$415,12
Vendedor	\$411,37
Chofer	\$402,06

- **Septiembre 30.-** Se realiza la respectiva depreciación mensual de los activos fijos registrados en la empresa mediante el método de línea recta, método autorizado por el SRI.

4.4.3.1.Kárdex.





DEPÓSITO DE HUEVOS
"GICELITA"

KÁRDEX N°

01

Artículo: Huevo grueso de 66 gr a 70 gr

Código: 1.1.03.01.01.

Método: PEPS

Unidad: Cubetas

Fecha:	Detalle	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
		Cant.	V.Unit	V. Total	Cant.	V.Unit	V. Total	Cant.	V. Unit	V. Total
01/09/2017	Inventario Inicial	2900	3,10	8990,00				2900	3,10	8990,00
01/09/2017	Compra	1500	3,10	4650,00				4400	3,10	13640,00
06/09/2017	Venta				1530	3,10	4743	2870	3,10	8897,00
08/09/2017	Compra	1750	3,10	5425,00				4620	3,10	14322,00
11/09/2017	Venta				650	3,10	2015	3970	3,10	12307,00
12/09/2017	Devolución				-16	3,10	-49,6	3986	3,10	12356,60
13/09/2017	Venta				1375	3,10	4262,5	2611	3,10	8094,10
18/09/2017	Compra	1580	3,10	4898,00				4191	3,10	12992,10
23/09/2017	Compra				1080	3,10	3348	3111	3,10	9644,10
27/09/2017	Venta				1040	3,1	3224	2071	3,10	6420,10
28/09/2017	Venta				940	3,1	2914	1131	3,10	3506,10
Inventario Final										3506,10





DEPÓSITO DE HUEVOS
"GICELITA"

KÁRDEX N°

02

Artículo: Huevo mediano de 61 gr a 65 gr					Método: PEPS					
Código: 1.1.03.01.02.					Unidad: Cubetas					
Fecha:	Detalle	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
		Cant.	V.Unit	V. Total	Cant.	V.Unit	V. Total	Cant.	V. Unit	V. Total
01/09/2017	Inventario Inicial	800	3,00	2400,00				800	3,00	2400,00
01/09/2017	Compra	150	3,00	450,00				950	3,00	2850,00
06/09/2017	Venta				100	3,00	300	850	3,00	2550,00
19/09/2017	Compra	1720	3,00	5160,00				2570	3,00	7710,00
20/09/2017	Devolución	-18	3,00	-54,00				2552	3,00	7656,00
28/09/2017	Venta				50	3,00	150	2502	3,00	7506,00
Inventario Final										7506,00

4.4.3.2 . Libro diario.

Tabla 48:
Libro diario

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				FOLIO N°
				01
LIBRO DIARIO				
Septiembre 2017				
FECHA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER
Septiembre 01		-01-		
	1.1.01.01.	CAJA	\$ 11.800,00	
	1.1.01.02.	BANCOS	\$ 3.800,00	
	1.1.02.01.	CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	\$ 1.160,00	
	1.1.02.02.	ANTICIPO EMPLEADOS	\$ 380,00	
	1.1.04.01.	INVENTARIO DE MERCADERÍA	\$ 11.390,00	
	1.2.01.01.	EDIFICIO	\$ 35.000,00	
	1.2.01.02.	MUEBLES Y ENSERES	\$ 3.600,00	
	1.2.01.05.	EQUIPO DE COMPUTO Y SOFTWARE	\$ 1.350,00	
	1.2.01.04.	VEHICULOS	\$ 21.000,00	
	2.1.01.01.	PROVEEDORES POR PAGAR		\$ 600,00
	2.1.01.03.	OTRAS CUENTAS POR PAGAR		\$ 550,00
	2.1.02.01.	PRESTAMO BANCARIO C/P		\$ 660,00
	2.2.01.01.	PRESTAMO BANCARIO L/P		\$ 14.000,00
	3.1.01.01	CAPITAL SOCIAL		\$ 68.820,00
	3.1.02.01.	UTILIDAD ACUMULADA		\$ 4.850,00
		(Por registro de saldos iniciales)		
Septiembre 01		-2-		
	1.1.04.01.	INVENTARIO DE MERCADERÍA	\$ 5.100,00	
	1.1.01.02.	BANCOS		\$ 2.500,00
	2.1.01.01.	PROVEEDORES POR PAGAR		\$ 2.549,00
	2.1.05.01.	RETENCION EN LA FUENTE POR PAGAR 1%		\$ 51,00
		(Por compra de producto para la venta)		
Septiembre 04		-3-		
	1.1.01.01.	CAJA	\$ 100,00	
	1.1.01.02.	BANCOS	\$ 550,00	
	1.1.02.01.	CUENTAS POR COBRAR CLIENTES		\$ 650,00
		(Por cancelación de crédito correspondiente al mes de Junio 2017)		
Septiembre 05		-4-		
	6.1.01.18.	SUMINISTRO DE OFICINA	\$ 70,00	
	6.1.03.18.	SUMINISTRO DE OFICINA	\$ 70,00	
	1.1.03.01	IVA PAGADO	\$ 16,80	
	1.1.01.01.	CAJA		\$ 155,40
	2.1.05.01.	RETENCION EN LA FUENTE POR PAGAR 1%		\$ 1,40
		(Por compra de papelería y útiles de oficina .)		
		PASAN...	\$ 95.386,80	\$ 95.386,80

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				FOLIO N°
				02
LIBRO DIARIO				
Septiembre 2017				
FECHA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER
		VIENEN...	\$ 95.386,80	\$ 95.386,80
Septiembre 06		-5-		
	1.1.01.01.	CAJA	\$ 5.929,50	
	4.1.01.01.	VENTAS BASE 0%		\$ 5.929,50
		(Por registro de venta al contado a la Sra. Estela Herrera)		
Septiembre 06		-6-		
	5.1.01.03.	COMPRAS BASE 0% (COSTO DE VENTAS)	\$ 5.043,00	
	1.1.04.01.	INVENTARIO DE MERCADERÍA		\$ 5.043,00
		(Por registro del costo de ventas)		
Septiembre 07		-7-		
	5.2.01.20.	SERVICIOS BÁSICOS	\$ 53,00	
	1.1.01.01.	CAJA		\$ 53,00
		(Por pago de servicios básicos del mes de Agosto 2017)		
		-8-		
	6.1.01.22.	OTROS SERVICIOS CONTRATADOS	\$ 50,89	
	1.1.03.01	IVA PAGADO	\$ 6,11	
	1.1.01.02.	BANCOS		\$ 57,00
		(Por pago del consumo de otros servicios contratados del mes de agosto)		
Septiembre 07		-9-		
	1.1.01.02.	BANCOS	\$ 5.929,50	
	1.1.01.01.	CAJA		\$ 5.929,50
		(Por depósito de las ventas del 6 de Septiembre 2017 en el banco)		
Septiembre 08		-10-		
	1.1.04.01.	INVENTARIO DE MERCADERÍA	\$ 5.425,00	
	2.1.05.01.	RETENCION EN LA FUENTE POR PAGAR 1%		\$ 54,25
	1.1.01.02.	BANCOS		\$ 5.370,75
		(Por compra de producto para la venta)		
Septiembre 11		-11-		
	1.1.01.01.	CAJA	\$ 1.409,26	
	1.1.02.01.	CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	\$ 939,52	
	1.1.03.02	RETENCION EN LA FUENTE 1%	\$ 23,73	
	4.1.01.01.	VENTAS BASE 0%		\$ 2.372,50
		(Por registro de venta a la Sra. Alexandra Remache)		
		PASAN...	\$ 120.196,30	\$ 120.196,30

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				FOLIO N°
				03
LIBRO DIARIO				
Septiembre 2017				
FECHA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER
		VIENEN...	\$ 120.196,30	\$ 120.196,30
Septiembre 11		-12-		
	5.1.01.01.	COMPRAS BASE 0% (COSTO DE VENTAS)	\$ 2.015,00	
	1.1.04.01.	INVENTARIO DE MERCADERÍA		\$ 2.015,00
		(Por registro del costo de venta)		
Septiembre 12		-13-		
	4.1.01.03.	DEVOLUCION EN VENTAS	\$ 58,40	
	1.1.02.01.	CUENTAS POR COBRAR CLIENTES		\$ 58,40
		(Por devolución en ventas 16 cubetas de la Sra. Alexandra Remache)		
Septiembre 12		-14-		
	1.1.04.01.	INVENTARIO DE MERCADERÍA	\$ 49,60	
	5.1.01.01.	COMPRAS BASE 0% (COSTO DE VENTAS)		\$ 49,60
		(Por registro del costo de la devolución en ventas)		
Septiembre 13		-15-		
	1.1.02.01.	CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	\$ 4.968,56	
	1.1.03.02	RETENCION EN LA FUENTE 1%	\$ 50,19	
	4.1.01.01.	VENTAS BASE 0%		\$ 5.018,75
		(Por registro de venta a crédito a Supermercados "María")		
Septiembre 13		-16-		
	5.1.01.01.	COMPRAS BASE 0% (COSTO DE VENTAS)	\$ 4.262,50	
	1.1.04.01.	INVENTARIO DE MERCADERÍA		\$ 4.262,50
		(Por registro del costo de venta)		
Septiembre 14		-17-		
	1.1.01.01.	CAJA	\$ 881,12	
	1.1.02.01.	CUENTAS POR COBRAR CLIENTES		\$ 881,12
		(Por cancelación de la venta a crédito de la Sra. Alexandra Remache)		
Septiembre 14		-18-		
	1.1.01.02.	BANCOS	\$ 2.290,38	
	1.1.01.01.	CAJA		\$ 2.290,38
		(Por depósito de la venta del 11 de Septiembre 2017 en el banco)		
Septiembre 15		-19-		
	1.1.01.01.	CAJA	\$ 4.968,56	
	1.1.02.01.	CUENTAS POR COBRAR CLIENTES		\$ 4.968,56
		(Por cancelación de la deuda de Supermercados "María")		
Septiembre 18		-20-		
	1.1.01.02.	BANCOS	\$ 4.968,56	
	1.1.01.01.	CAJA		\$ 4.968,56
		(Por depósito del valor cancelado por Supermercados "María")		
		PASAN...	\$ 144.709,17	\$ 144.709,17

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				FOLIO N°
				04
LIBRO DIARIO				
Septiembre 2017				
FECHA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER
		VIENEN...	\$ 144.709,17	\$ 144.709,17
Septiembre 18		-21-		
	1.1.04.01.	INVENTARIO DE MERCADERÍA	\$ 4.898,00	
	2.1.05.01.	RETENCION EN LA FUENTE POR PAGAR 1%		\$ 48,98
	1.1.01.01.	CAJA		\$ 4.849,02
		(Por compra al contado de producto para la venta)		
Septiembre 19		-22-		
	1.1.04.01.	INVENTARIO DE MERCADERÍA	\$ 5.160,00	
	2.1.05.01.	RETENCION EN LA FUENTE POR PAGAR 1%		\$ 51,60
	1.1.01.02.	BANCOS		\$ 2.580,00
	2.1.01.01.	PROVEEDORES POR PAGAR		\$ 2.528,40
		(Por compra de producto para la venta)		
Septiembre 20		-23-		
	2.1.01.01.	PROVEEDORES POR PAGAR	\$ 54,00	
	1.1.04.01.	INVENTARIO DE MERCADERÍA		\$ 54,00
		(Por devolución de 18 cubetas de huevos de la compra anterior)		
Septiembre 22		-24-		
	2.1.01.01.	PROVEEDORES POR PAGAR	\$ 2.474,40	
	1.1.01.02.	BANCOS		\$ 2.474,40
		(Por registro de pago a CASAGRANDE-AGOYAN por la compra del 19 de Septiembre 2017)		
Septiembre 23		-25-		
	1.1.01.01.	CAJA	\$ 2.036,68	
	1.1.02.01.	CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	\$ 2.036,68	
	1.1.03.02.	RETENCION EN LA FUENTE 1%	\$ 41,15	
	4.1.01.01.	VENTAS BASE 0%		\$ 4.114,50
		(Por registro de venta al Sr. Miguel Tapia)		
Septiembre 23		-26-		
	5.1.01.01.	COMPRAS BASE 0% (COSTO DE VENTAS)	\$ 3.498,00	
	1.1.04.01.	INVENTARIO DE MERCADERÍA		\$ 3.498,00
		(Por registro del costo de ventas)		
Septiembre 26		-27-		
	1.1.01.01.	CAJA	\$ 2.036,68	
	1.1.02.01.	CUENTAS POR COBRAR CLIENTES		\$ 2.036,68
		(Por registro de cancelación de la cuenta a nombre del Sr. Miguel Tapia)		
Septiembre 27		-28-		
	1.1.01.02.	BANCOS	\$ 4.073,36	
	1.1.01.01.	CAJA		\$ 4.073,36
		(Por registro del depósito en el banco de la venta al Sr. Miguel Tapia)		
		PASAN...	\$ 171.018,11	\$ 171.018,11

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				FOLIO N°
				05
LIBRO DIARIO				
Septiembre 2017				
FECHA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER
		VIENEN...	\$ 171.018,11	\$ 171.018,11
Septiembre 27		-29-		
	1.1.01.01.	CAJA	\$ 3.758,04	
	1.1.03.02	RETENCION EN LA FUENTE 1%	\$ 37,96	
	4.1.01.01.	VENTAS BASE 0%		\$ 3.796,00
		(Por registro de la venta al contado a la Sra. Sonia Chulde)		
Septiembre 28		-30-		
	5.1.01.01.	COMPRAS BASE 0% (COSTO DE VENTAS)	\$ 3.224,00	
	1.1.04.01.	INVENTARIO DE MERCADERÍA		\$ 3.224,00
		(Por registro del costo de ventas)		
Septiembre 28		-31-		
	1.1.01.02.	BANCOS	\$ 3.758,04	
	1.1.01.01.	CAJA		\$ 3.758,04
		(Por depósito del valor total de la venta anterior)		
Septiembre 28		-32-		
	1.1.01.01.	CAJA	\$ 3.567,47	
	1.1.03.02	RETENCION EN LA FUENTE 1%	\$ 36,04	
	4.1.01.01.	VENTAS BASE 0%		\$ 3.603,50
		(Por registro de venta al contado)		
Septiembre 28		-33-		
	5.1.01.03.	COMPRAS BASE 0% (COSTO DE VENTAS)	\$ 3.064,00	
	1.1.04.01.	INVENTARIO DE MERCADERÍA		\$ 3.064,00
		(Por registro del costo de ventas)		
Septiembre 29		-34-		
	1.1.01.02.	BANCOS	\$ 3.567,47	
	1.1.01.01.	CAJA		\$ 3.567,47
		(Por depósito de la venta anterior en el banco)		
Septiembre 29		-35-		
	6.1.01.01	GASTOS SUELDOS Y SALARIOS	\$ 788,20	
	6.1.03.01	GASTOS SUELDOS Y SALARIOS	\$ 759,41	
	2.1.04.01.	GASTO APOORTE PATRONAL (11,15% A.P + 1%CCC)	\$ 139,43	
	6.1.01.05.	GASTO DÉCIMO TERCERO	\$ 32,35	
	6.1.03.05.	GASTO DÉCIMO TERCERO	\$ 63,28	
	6.1.01.06.	GASTO DÉCIMO CUARTO	\$ 31,25	
	6.1.03.06.	GASTO DÉCIMO CUARTO	\$ 62,50	
	1.1.02.02.	ANTICIPO EMPLEADOS (9,45%)	\$ 178,85	
	1.1.02.02.	ANTICIPO EMPLEADOS (9,45%)		\$ 178,85
	2.1.04.01.	IESS POR PAGAR		\$ 318,28
	2.1.03.01.	SUELDOS Y SALARIOS POR PAGAR		\$ 1.558,14
		(Por registro pago de sueldos)		
		PASAN...	\$ 194.086,38	\$ 194.086,38

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				FOLIO N°
				06
LIBRO DIARIO				
Septiembre 2017				
FECHA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER
		VIENEN...	\$ 194.086,38	\$ 194.086,38
Septiembre 29		-36-		
	2.1.03.01.	SUELDOS Y SALARIOS POR PAGAR	\$ 1.558,14	
	1.1.01.02.	BANCOS		\$ 1.558,14
		(Pago de sueldos)		
Septiembre 29		-37-		
	6.1.02.01.	GASTO DEPRECIACION EDIFICIO	\$ 145,83	
	6.1.02.02.	GASTO DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	\$ 30,00	
	6.1.02.04.	GASTO DEPRECIACION VEHICULOS	\$ 350,00	
	6.1.02.05.	GASTO DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO Y SOFTWARE	\$ 37,50	
	1.2.02.01.	DEPRECIACION ACUMULADA EDIFICIO		\$ 145,83
	1.2.02.02.	DEPRECIACION ACUMULADA MUEBLES Y ENSERES		\$ 30,00
	1.2.02.04.	DEPRECIACION ACUMULADA VEHICULOS		\$ 350,00
	1.2.02.05.	DEPRECIACION ACUM. EQUIPO DE COMPUTO Y SOFTWARE		\$ 37,50
		(Por registro de depreciación)		
Septiembre 29		-38-		
	4.1.01.01.	VENTAS BASE 0%	\$ 24.834,75	
	4.1.01.03.	DEVOLUCIÓN EN VENTAS BASE 0%		\$ 58,40
	7.1.01.01	RESUMEN DE RENTAS Y GASTOS		\$ 24.776,35
Septiembre 29		-39-		
	7.1.01.01	RESUMEN DE RENTAS Y GASTO	\$ 21.115,60	
		COMPRAS BASE 0% (COSTO DE VENTAS)		\$ 21.115,60
Septiembre 29		-40-		
	7.1.01.01	RESUMEN DE RENTAS Y GASTOS	\$ 2.544,21	
	6.1.01.18.	SUMINISTRO DE OFICINA ADMNI		\$ 70,00
	6.1.03.18.	SUMINISTRO DE OFICINA VENTAS		\$ 70,00
	6.1.01.21.	SERVICIOS BÁSICOS		\$ 53,00
	6.1.01.22.	OTROS SERVICIOS CONTRATADOS		\$ 50,89
	6.1.01.01.	GASTOS SUELDOS Y SALARIOS ADMINISTRATIVO		\$ 788,20
	6.1.03.01.	GASTOS SUELDOS Y SALARIOS DE VENTAS		\$ 759,41
	6.1.01.05.	GASTO DÉCIMO TERCERO		\$ 32,35
	6.1.03.05.	GASTO DÉCIMO TERCERO		\$ 63,28
	6.1.01.06.	GASTO DÉCIMO CUARTO		\$ 31,25
	6.1.03.06.	GASTO DÉCIMO CUARTO		\$ 62,50
	6.1.02.01.	GASTO DEPRECIACION EDIFICIO		\$ 145,83
	6.1.02.02.	GASTO DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES		\$ 30,00
	6.1.02.04.	GASTO DEPRECIACION VEHICULOS		\$ 350,00
	6.1.02.05.	GASTO DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO Y SOFTWARE		\$ 37,50
		(Por cierre de cuentas)		
		-41-		
	7.1.01.01	RESUMEN DE RENTAS Y GASTOS	\$ 1.175,24	
	3.1.02.03.	RESULTADO DEL EJERCICIO		\$ 1.175,24
		(Por cierre de cuentas)		
		TOTAL	\$ 245.817,96	\$ 245.817,96

Nota. Libro diario del depósito de huevos "Gicelita" para el período septiembre 2017, según ejercicio práctico contable.

Elaborado por: La autora. 2017

4.4.3.3 Libro mayor.

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 1.1.01.01		Cuenta: CAJA		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
01/09/2017	Estado de Situación	\$ 11.800,00		\$ 11.800,00
04/09/2017	Comprobante pago	\$ 100,00		\$ 11.900,00
05/09/2017	Factura Compra		\$ 155,40	\$ 11.744,60
06/09/2017	Factura Venta	\$ 5.929,50		\$ 17.674,10
07/09/2017	Factura Compra		\$ 53,00	\$ 17.621,10
08/09/2017	Factura Compra		\$ 5.929,50	\$ 11.691,60
09/09/2017	Deposito	\$ 1.409,26		\$ 13.100,86
14/09/2017	Factura Venta	\$ 881,12		\$ 13.981,98
14/09/2017	Comprobante pago		\$ 2.290,38	\$ 11.691,60
15/09/2017	Deposito	\$ 4.968,56		\$ 16.660,16
18/09/2017	Comprobante pago		\$ 4.968,56	\$ 11.691,60
18/09/2017	Deposito		\$ 4.849,02	\$ 6.842,58
23/09/2017	Factura Compra	\$ 2.036,68		\$ 8.879,26
26/09/2017	Factura Venta	\$ 2.036,68		\$ 10.915,94
27/09/2017	Comprobante pago		\$ 4.073,36	\$ 6.842,58
27/09/2017	Deposito	\$ 3.758,04		\$ 10.600,62
28/09/2017	Factura Venta		\$ 3.758,04	\$ 6.842,58
28/09/2017	Deposito	\$ 3.567,47		\$ 10.410,04
29/09/2017	Factura Venta		\$ 3.567,47	\$ 6.842,58
TOTAL		\$ 36.487,30	\$ 29.644,73	\$ 6.842,58

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 1.1.01.02		Cuenta: BANCOS		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
01/09/2017	Estado de Situación	\$ 3.800,00		\$ 3.800,00
01/09/2017	Factura Compra		\$ 2.500,00	\$ 1.300,00
04/09/2017	Comprobante pago	\$ 550,00		\$ 1.850,00
07/09/2017	Deposito		\$ 57,00	\$ 1.793,00
08/09/2017	Deposito	\$ 5.929,50		\$ 7.722,50
08/09/2017	Factura Compra		\$ 5.370,75	\$ 2.351,75
14/09/2017	Deposito	\$ 2.290,38		\$ 4.642,13
18/09/2017	Deposito	\$ 4.968,56		\$ 9.610,69
19/09/2017	Comprobante pago		\$ 2.580,00	\$ 7.030,69
22/09/2017	Comprobante pago		\$ 2.474,40	\$ 4.556,29
27/09/2017	Deposito	\$ 4.073,36		\$ 8.629,65
28/09/2017	Deposito	\$ 3.758,04		\$ 12.387,69
29/09/2017	Deposito	\$ 3.567,47		\$ 15.955,16
			\$ 1.558,14	\$ 14.397,02
TOTAL		\$ 28.937,31	\$ 14.540,29	\$ 14.397,02

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 1.1.04.01.		Cuenta: INVENTARIO DE MERCADERÍA		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
01/09/2017	Estado de Situación	\$ 11.390,00		\$ 11.390,00
01/09/2017	Factura Compra	\$ 5.100,00		\$ 16.490,00
06/09/2017	Factura Compra		\$ 5.043,00	\$ 11.447,00
08/09/2017	Factura Compra	\$ 5.425,00		\$ 16.872,00
11/09/2017	Factura Compra		\$ 2.015,00	\$ 14.857,00
12/19/2017	Factura Venta	\$ 49,60		\$ 14.906,60
13/09/2017	Factura Compra		\$ 4.262,50	\$ 10.644,10
18/09/2017	Factura Compra	\$ 4.898,00		\$ 15.542,10
19/09/2017	Factura Compra	\$ 5.160,00		\$ 20.702,10
20/09/2017	Factura Compra		\$ 54,00	\$ 20.648,10
23/09/2017	Factura Venta		\$ 3.498,00	\$ 17.150,10
28/09/2017	Factura Venta		\$ 3.224,00	\$ 13.926,10
28/09/2017	Factura Venta		\$ 3.064,00	\$ 10.862,10
TOTAL		\$ 32.022,60	\$ 21.160,50	\$ 10.862,10

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 1.1.02.01.		Cuenta: CUENTAS POR COBRAR CLIENTES		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
01/09/2017	Estado de Situación	\$ 1.160,00		\$ 1.160,00
04/09/2017	Comprobante pago		\$ 650,00	\$ 510,00
11/09/2017	Factura Venta	\$ 939,52		\$ 1.449,52
12/09/2017	Factura Venta		\$ 58,40	\$ 1.391,12
13/09/2017	Factura Venta	\$ 4.968,56		\$ 6.359,68
14/09/2017	Comprobante pago		\$ 881,12	\$ 5.478,56
15/09/2017	Comprobante pago		\$ 4.968,56	\$ 510,00
23/09/2017	Factura Venta	\$ 2.036,68		\$ 2.546,67
26/29/2017	Comprobante pago		\$ 2.036,68	\$ 509,99
TOTAL		\$ 9.104,75	\$ 8.594,76	\$ 509,99

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 1.1.02.02.		Cuenta: ANTICIPO A EMPLEADOS		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
01/09/2017	Estado de Situación	\$ 380,00		\$ 380,00
29/09/2017	Rol de pagos	\$ 178,85		\$ 558,85
29/09/2017	Rol de pagos		\$ 178,85	\$ 380,00
TOTAL		\$ 558,85	\$ 178,85	\$ 380,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 1.2.01.01.		Cuenta: EDIFICIOS		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
01/09/2017	Estado de Situación	\$ 35.000,00		\$ 35.000,00
TOTAL		\$ 35.000,00	\$ 0,00	\$ 35.000,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 1.2.01.02		Cuenta: MUEBLES Y ENSERES		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
01/09/2017	Estado de Situación	\$ 3.600,00		\$ 3.600,00
TOTAL		\$ 3.600,00	\$ 0,00	\$ 3.600,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 1.2.01.04		Cuenta: VEHICULOS		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
01/09/2017	Estado de Situación	\$ 21.000,00		\$ 21.000,00
TOTAL		\$ 21.000,00	\$ 0,00	\$ 21.000,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 1.2.01.05		Cuenta: EQUIPO DE COMPUTO Y SOFTWARE		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
01/09/2017	Estado de Situación	\$ 1.350,00		\$ 1.350,00
TOTAL		\$ 1.350,00	\$ 0,00	\$ 1.350,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 2.1.01.01.		Cuenta: PROVEEDORES POR PAGAR		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
01/09/2017	Estado de Situación		\$ 600,00	-\$ 600,00
01/09/2017	Factura Compra		\$ 2.549,00	-\$ 3.149,00
19/09/2017	Factura Compra		\$ 2.528,40	-\$ 5.677,40
20/09/2017	Factura Compra	\$ 54,00		-\$ 5.623,40
22/09/2017	Factura Compra	\$ 2.474,40		-\$ 3.149,00
TOTAL		\$ 2.528,40	\$ 5.677,40	-\$ 3.149,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 2.1.01.03		Cuenta: OTRAS CUENTAS POR PAGAR		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
01/09/2017	Estado de Situación		\$ 550,00	\$ 550,00
TOTAL		\$ 0,00	\$ 550,00	-\$ 550,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 2.1.02.01.		Cuenta: PRESTAMO BANCARIO C/P		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
01/09/2017	Estado de Situación		\$ 660,00	-\$ 660,00
TOTAL		\$ 0,00	\$ 660,00	-\$ 660,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 2.2.01.01.		Cuenta: PRESTAMO BANCARIO L/P		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
01/09/2017	Estado de Situación		\$ 14.000,00	-\$ 14.000,00
TOTAL		\$ 0,00	\$ 14.000,00	-\$ 14.000,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 3.1.01.01		Cuenta: CAPITAL SOCIAL		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
01/09/2017	Estado de Situación		\$ 68.820,00	-\$ 68.820,00
TOTAL		\$ 0,00	\$ 68.820,00	-\$ 68.820,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 3.1.02.01		Cuenta: UTILIDAD ACUMULADA		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
01/09/2017	Estado de Situación		\$ 4.850,00	-\$ 4.850,00
TOTAL		\$ 0,00	\$ 4.850,00	-\$ 4.850,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 2.1.05.01		Cuenta: RETENCION EN LA FUENTE POR PAGAR 1%		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
01/09/2017	Factura Venta		\$ 51,00	-\$ 51,00
05/09/2017	Factura Compra		\$ 1,40	-\$ 52,40
08/09/2017	Factura Compra		\$ 54,25	-\$ 106,65
18/09/2017	Factura Venta		\$ 48,98	-\$ 155,63
19/09/2017	Factura Compra		\$ 51,60	-\$ 207,23
TOTAL		\$ 0,00	\$ 207,23	-\$ 207,23

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 1.1.03.02		Cuenta: RETENCION EN LA FUENTE R 1%		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
11/09/2017	Factura Venta	\$ 23,73		\$ 23,73
13/09/2017	Factura Venta	\$ 50,19		\$ 73,92
23/09/2017	Factura Venta	\$ 41,15		\$ 115,06
27/09/2017	Factura Venta	\$ 37,96		\$ 153,02
28/09/2017	Factura Venta	\$ 36,04		\$ 189,06
TOTAL		\$ 189,06	\$ 0,00	\$ 189,06

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 6.1.01.18		Cuenta: SUMINITROS DE OFICINA		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
05/09/2017	Compra	\$ 70,00		\$ 70,00
30/09/2017	Cierre		\$ 70,00	\$ 0,00
TOTAL		\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 0,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 6.1.03.18		Cuenta: SUMINITROS DE OFICINA		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
05/09/2017	Compra	\$ 70,00		\$ 70,00
30/09/2017	Cierre		\$ 70,00	\$ 0,00
TOTAL		\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 0,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 1.1.03.01		Cuenta: IVA PAGADO		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
05/09/2017	Compra	\$ 16,80		\$ 16,80
07/09/2017	Compra	\$ 6,11		\$ 22,91
TOTAL		\$ 22,91	\$ 0,00	\$ 22,91

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 4.1.01.01		Cuenta: VENTAS BASE 0%		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
06/09/2017	Factura de ventas		\$ 5.929,50	-\$ 5.929,50
11/09/2017	Factura de ventas		\$ 2.372,50	-\$ 8.302,00
13/09/2017	Factura de ventas		\$ 5.018,75	-\$ 13.320,75
23/09/2017	Factura de ventas		\$ 4.114,50	-\$ 17.435,25
27/09/2017	Factura de ventas		\$ 3.796,00	-\$ 21.231,25
28/09/2017	Factura de ventas		\$ 3.603,50	-\$ 24.834,75
30/09/2017	Cierre	\$ 24.834,75		\$ 0,00
TOTAL		\$ 24.834,75	\$ 24.834,75	\$ 0,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 5.1.01.03		Cuenta: COMPRAS BASE 0% (COSTO DE VENTAS)		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
06/09/2017	Factura de compras	\$ 5.043,00		\$ 5.043,00
11/09/2017	Factura de compras	\$ 2.015,00		\$ 7.058,00
12/09/2017	Devolución		\$ 49,60	\$ 7.008,40
13/09/2017	Factura de compras	\$ 4.262,50		\$ 11.270,90
23/09/2017	Factura de compras	\$ 3.498,00		\$ 14.768,90
28/09/2017	Factura de compras	\$ 3.224,00		\$ 17.992,90
28/09/2017	Factura de compras	\$ 3.064,00		\$ 21.056,90
30/09/2017	Cierre		\$ 21.056,90	\$ 0,00
TOTAL		\$ 21.106,50	\$ 21.106,50	\$ 0,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 6.1.03.21.		Cuenta: SERVICIOS BASICOS		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
07/09/2017	Pago	\$ 53,00		\$ 53,00
30/09/2017	Cierre		\$ 53,00	\$ 0,00
TOTAL		\$ 53,00	\$ 53,00	\$ 0,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 6.1.01.22		Cuenta: OTROS SERVICIOS CONTRATADOS		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
07/09/2017	Pago	\$ 50,89		\$ 50,89
30/09/2017	Cierre		\$ 50,89	\$ 0,00
TOTAL		\$ 50,89	\$ 50,89	\$ 0,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 4.1.01.03		Cuenta: DEVOLUCION EN VENTAS		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
12/09/2017	Devolución	\$ 58,40		\$ 58,40
30/09/2017	Cierre		\$ 58,40	\$ 0,00
TOTAL		\$ 58,40	\$ 58,40	\$ 0,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 6.1.01.01		Cuenta: GASTO SUELDOS Y SALARIOS		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
29/09/2017	Rol de Pagos	\$ 788,20		\$ 788,20
30/09/2017	Cierre		\$ 788,20	\$ 0,00
TOTAL		\$ 788,20	\$ 788,20	\$ 0,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 6.1.03.01		Cuenta: GASTO SUELDOS Y SALARIOS		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
29/09/2017	Rol de Pagos	\$ 759,41		\$ 759,41
30/09/2017	Cierre		\$ 759,41	\$ 0,00
TOTAL		\$ 759,41	\$ 759,41	\$ 0,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 2.1.04.01		Cuenta: GASTO APOORTE PATRONAL(11,15%A.P+1%CCC)		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
29/09/2017	Rol de Pagos	\$ 139,43		\$ 139,43
TOTAL		\$ 139,43	\$ 0,00	\$ 139,43

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 6.1.01.05		Cuenta: GASTO DECIMO TERCERO		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
29/09/2017	Rol de Pagos	\$ 32,35		\$ 32,35
30/09/2017	Cierre		\$ 32,35	\$ 0,00
TOTAL		\$ 32,35	\$ 32,35	\$ 0,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 6.1.03.05		Cuenta: GASTO DECIMO TERCERO		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
29/09/2017	Rol de Pagos	\$ 63,28		\$ 63,28
30/09/2017	Cierre		\$ 63,28	\$ 0,00
TOTAL		\$ 63,28	\$ 63,28	\$ 0,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 6.1.01.06		Cuenta: GASTO DECIMO CUARTO		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
29/09/2017	Rol de Pagos	\$ 31,25		\$ 31,25
30/09/2017	Cierre		\$ 31,25	\$ 0,00
TOTAL		\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 0,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 6.1.03.06		Cuenta: GASTO DECIMO CUARTO		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
29/09/2017	Rol de Pagos	\$ 62,50		\$ 62,50
30/09/2017	Cierre		\$ 62,50	\$ 0,00
TOTAL		\$ 62,50	\$ 62,50	\$ 0,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 2.1.04.041		Cuenta: IESS POR PAGAR		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
09/29/2017	Rol de Pagos		\$ 318,28	-\$ 318,28
TOTAL		\$ 0,00	\$ 318,28	-\$ 318,28

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 2.1.03.01.		Cuenta: SUELDOS Y SALARIOS POR PAGAR		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
09/29/2017	Rol de Pagos		\$ 1.558,14	-\$ 1.558,14
TOTAL		\$ 0,00	\$ 1.558,14	-\$ 1.558,14

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 6.1.02.01.		Cuenta: GASTO DEPRECIACION EDIFICIOS		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
30/09/2017	Depreciacion	\$ 145,83		\$ 145,83
30/09/2017	Cierre		\$ 145,83	\$ 0,00
TOTAL		\$ 145,83	\$ 145,83	\$ 0,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 6.1.02.02.		Cuenta: GASTO DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
30/09/2017	Depreciacion	\$ 185.399,65		\$ 185.399,65
30/09/2017	Cierre		\$ 30,00	\$ 185.369,65
TOTAL		\$ 185.399,65	\$ 30,00	\$ 185.369,65

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 6.1.02.04.		Cuenta: GASTO DEPRECIACION VEHICULOS		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
30/09/2017	Depreciacion	\$ 0,00		\$ 0,00
30/09/2017	Cierre		\$ 350,00	-\$ 350,00
TOTAL		\$ 0,00	\$ 350,00	-\$ 350,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 6.1.02.05.		Cuenta: GASTO DEPRECIACION ESQUIPO DE COMPUTO		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
30/09/2017	Depreciación	\$ 0,00		\$ 0,00
30/09/2017	Cierre		\$ 37,50	-\$ 37,50
TOTAL		\$ 0,00	\$ 37,50	-\$ 37,50

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 1.2.02.01.		Cuenta: DEPRECIACION ACUMLADA EDIFICIO		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
30/09/2017	Depreciación		\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 1.2.02.02.		Cuenta: DEPRECIACION ACUMULADA MUEBLES Y ENSERES		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
30/09/2017	Depreciación		\$ 3.064,00	\$ 3.064,00
TOTAL		\$ 0,00	\$ 3.064,00	-\$ 3.064,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 1.2.02.04.		Cuenta: DEPRECIACION ACUMULADA VEHÍCULOS		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
30/09/2017	Depreciación		\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 1.2.02.05.		Cuenta: DEPR. ACUM. EQUIPO DE COMPUTO Y SOFTWARE		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
30/09/2017	Depreciación		\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 1.2.02.05.		Cuenta: RESUMEN DE RENTAS Y GASTOS		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
30/09/2017	Cierre		\$ 24.776,35	-\$ 24.776,35
30/09/2017	Cierre	\$ 21.056,90		-\$3.719,45
30/09/2017	Cierre	\$ 2.544,21		-\$ 1.175,54
30/09/2017	Cierre	\$ 1.175,24		\$ 0,00
TOTAL		\$ 24.776,35	\$ 24.776,35	\$ 0,00

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"				LIBRO MAYOR
Septiembre 2017				
Código: 1.2.02.05.		Cuenta: UTILIDAD DEL EJERCICIO		
FECHA	DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
			\$ 1.175,24	-\$ 1.175,24
TOTAL		\$ 0,00	\$ 1.175,24	-\$ 1.175,24

4.4.3.4 Balance de comprobación.

Tabla 49:
Balance de comprobación

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"					
BALANCE DE COMPROBACIÓN					
DEL 01 AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2017					
CÓDIGO	CUENTAS	SUMAS		SALDOS	
		DEBE	HABER	DEUDOR	ACREEDOR
1.1.01.01	CAJA	\$ 36.487,30	\$ 29.644,73	\$ 6.842,58	\$ 0,00
1.1.01.02	BANCOS	\$ 28.937,31	\$ 14.540,29	\$ 14.397,02	\$ 0,00
1.1.04.01.	INVENTARIOS	\$ 32.022,60	\$ 21.160,50	\$ 10.862,10	\$ 0,00
1.1.02.01.	CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	\$ 9.104,75	\$ 8.594,76	\$ 509,99	\$ 0,00
1.1.02.02.	ANTICIPO EMPLEADOS	\$ 558,85	\$ 178,85	\$ 380,00	\$ 0,00
1.2.01.01.	EDIFICIO	\$ 35.000,00	\$ 0,00	\$ 35.000,00	\$ 0,00
1.2.01.02	MUEBLES Y ENSERES	\$ 3.600,00	\$ 0,00	\$ 3.600,00	\$ 0,00
1.2.01.04	VEHICULOS	\$ 21.000,00	\$ 0,00	\$ 21.000,00	\$ 0,00
1.2.01.05	EQUIPO DE COMPUTO Y SOFTWARE	\$ 1.350,00	\$ 0,00	\$ 1.350,00	\$ 0,00
1.2.02.01.	DEPRECIACION ACUMULADA EDIFICIO		\$ 145,83		\$ 145,83
1.2.02.02.	DEPRECIACION ACUMULADA MUEBLES Y ENSERES		\$ 30,00		\$ 30,00
1.2.02.04.	DEPRECIACION ACUMULADA VEHICULOS		\$ 350,00		\$ 350,00
1.2.02.05.	DEPRECIACION ACUMULADA EQUIPO DE COMPUTO Y SOFTWARE		\$ 37,50		\$ 37,50
1.1.03.01	IVA PAGADO	\$ 22,91	\$ 0,00	\$ 22,91	\$ 0,00
2.1.01.01.	PROVEEDORES POR PAGAR	\$ 2.528,40	\$ 5.677,40	\$ 0,00	\$ 3.149,00
2.1.01.03	OTRAS CUENTAS POR PAGAR	\$ 0,00	\$ 550,00	\$ 0,00	\$ 550,00
2.1.04.01	GASTO APOORTE PATRONAL(11,15%A.P+1%CCC)	\$ 139,43	\$ 0,00	\$ 139,43	\$ 0,00
2.1.05.01	RETENCION EN LA FUENTE POR PAGAR	\$ 0,00	\$ 207,23		\$ 207,23
1.1.03.02	RETENCIO EN LA FUENTE 1%	\$ 189,06	\$ 0,00	\$ 189,06	\$ 0,00
2.1.04.04	IESS POR PAGAR	\$ 0,00	\$ 318,28	\$ 0,00	\$ 318,28
2.1.02.01.	PRESTAMO BANCARIO C/P	\$ 0,00	\$ 660,00	\$ 0,00	\$ 660,00
2.2.01.01.	PRESTAMO BANCARIO L/P	\$ 0,00	\$ 14.000,00	\$ 0,00	\$ 14.000,00
3.1.01.01	CAPITAL SOCIAL	\$ 0,00	\$ 68.820,00	\$ 0,00	\$ 68.820,00
3.1.02.01	UTILIDAD ACUMULADA	\$ 0,00	\$ 4.850,00	\$ 0,00	\$ 4.850,00
3.1.05.04.	UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	\$ 0,00	\$ 1.175,24	\$ 0,00	\$ 1.175,24
TOTAL		\$ 170.940,61	\$ 170.940,61	\$ 94.293,09	\$ 94.293,09

Nota. Balance de comprobación del depósito de huevos "Gicelita" para el período Septiembre 2017, según ejercicio práctico contable.

Elaborado por: La autora. 2017

4.4.3.5 Balance general.

Tabla 50:
Balance general

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"							
BALANCE GENERAL							
DEL 01 AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2017							
CÓDIGO	CUENTA	SUBTOTAL	TOTAL	CODIGO	CUENTA	SUBTOTAL	TOTAL
1.	ACTIVO		\$ 93.590,33	2.	PASIVO		\$ 18.745,08
1.1.	ACTIVO CORRIENTE		\$ 32.991,69	2.1.	PASIVO CORRIENTE		\$ 4.745,08
1.1.01.	EFFECTIVO Y EQUIVALENTE A EFFECTIVO		\$ 21.239,60				
1.1.01.01.	CAJA	\$ 6.842,58		2.1.01.	CUENTAS POR PAGAR		\$ 3.809,00
1.1.01.02.	BANCOS	\$ 14.397,02		2.1.01.01.	PROVEEDORES POR PAGAR	\$ 3.149,00	
1.1.02.	DOCUMENTOS Y CUENTAS POR COBRAR		\$ 889,99	2.1.02.01.	PRESTAMO BANCARIO CORTO PLAZO	\$ 660,00	
1.1.02.01.	CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	\$ 509,99		2.1.04.	OBLIGACIONES CON EL IESE		\$ 178,85
1.1.02.02.	ANTICIPO A EMPLEADOS	\$ 380,00		2.1.04.01.	APORTE IESE POR PAGAR	\$ 178,85	
1.1.04.	INVENTARIOS		\$ 10.862,10	2.1.05.	IMPUESTOS POR PAGAR		\$ 207,23
1.1.04.01.	INVENTARIO DE MERCADERIA	\$ 10.862,10		2.1.05.01.	RETENCIONE EN LA FUENTE POR PAGAR 1%	\$ 207,23	
1.2.	ACTIVO NO CORRIENTE		\$ 60.598,64	2.1.01.03.	OTRAS CUENTAS POR PAGAR		\$ 550,00
1.2.01.	PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPOS		\$ 60.950,00	2.1.01.03.	OTRAS CUENTAS POR PAGAR	\$ 550,00	
1.2.01.02.	MUEBLES Y ENSERES	\$ 3.600,00					
1.2.01.04.	VEHICULOS	\$ 21.000,00					
1.2.01.05.	EQUIPO DE COMPUTO Y SOFTWARE	\$ 1.350,00		2.2.	PASIVO NO CORRIENTE		\$ 14.000,00
1.2.01.01.	EDIFICIO	\$ 35.000,00		2.2.01.	PRESTAMOS BANARIOS		\$ 14.000,00
1.2.02.	DEPR. ACUM. PROPIEDADES, PLANTA Y E.		-\$ 563,33	2.2.01.01.	PRESTAMO BANCARIO	\$ 14.000,00	
1.2.02.01.	DEPRECIACION ACUMULADA EDIFICIO	-\$ 145,83			TOTAL PASIVOS		\$ 18.745,08
1.2.02.02.	DEP. ACUM. MUEBLES DE OFICINA	-\$ 30,00		3.	PATRIMONIO		\$ 74.786,54
1.2.02.04.	DEPRECIACION ACUMULADA VEHICULOS	-\$ 350,00		3.1.	CAPITAL SOCIAL		\$ 74.786,54
1.2.02.05.	DEPR. ACUM. EQUIPO DE COMPUTO	-\$ 37,50		3.1.01.	CAPITAL APORTADO	\$ 68.820,00	
1.1.03.	IMPUESTOS CORRIENTES		\$ 211,97	3.1.02.	RESULTADOS		\$ 5.966,54
1.1.03.01.	IVA PAGADO	\$ 22,91		3.1.02.01.	UTILIDAD ACUMULADA	\$ 4.850,00	
1.1.03.02.	RETENCION EN LA FUENTE 1%	\$ 189,06		3.1.02.03.	RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 1.175,24	
					TOTAL PATRIMONIO		74.786,54
	TOTAL ACTIVOS		\$ 93.590,33		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$ 93.590,33

Nota. Balance general del depósito de huevos "Gicelita" para el período Septiembre 2017, según ejercicio práctico contable.

Elaborado por: La autora. 2017

4.4.3.6 Estado de resultados

Tabla 51:
Estado de resultados

DEPÓSITO DE HUEVOS "GICELITA"			
ESTADO DE RESULTADOS			
DEL 01 AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2017			
CÓDIGO	CUENTA	SUBTOTAL	TOTAL
4.	INGRESOS		
4.1.	INGRESOS OPERACIONALES		
4.1.01.01.	VENTAS BASE 0%		\$ 24.834,75
4.1.01.03.	(-) DEVOLUCIÓN EN VENTAS		\$ 58,40
	(=) VENTAS NETAS		\$ 24.776,35
5.1.01.01.	(-) COMPRAS BASE 0% (COSTO DE VENTAS)		\$ 21.056,90
	(=) GANANCIA BRUTA EN VENTAS		\$ 3.719,45
6.	(-) GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRACION		\$ 2.544,21
6.1.01.18.	SUMINISTRO DE OFICINA ADMNI	\$ 70,00	
6.1.03.18.	SUMINISTRO DE OFICINA VENTAS	\$ 70,00	
6.1.01.21.	SERVICIOS BÁSICOS	\$ 53,00	
6.1.03.22.	OTROS SERVICIOS CONTRATADOS	\$ 50,89	
6.1.01.01.	GASTOS SUELDOS Y SALARIOS ADMINISTRATIVO	\$ 788,20	
6.1.03.01.	GASTOS SUELDOS Y SALARIOS DE VENTAS	\$ 759,41	
6.1.01.05.	GASTO DÉCIMO TERCERO	\$ 32,35	
6.1.03.05.	GASTO DÉCIMO TERCERO	\$ 63,28	
6.1.01.06.	GASTO DÉCIMO CUARTO	\$ 31,25	
6.1.03.06.	GASTO DÉCIMO CUARTO	\$ 62,50	
6.1.02.01.	GASTO DEPRECIACION EDIFICIO	\$ 145,83	
6.1.02.02.	GASTO DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	\$ 30,00	
6.1.02.04.	GASTO DEPRECIACION VEHICULOS	\$ 350,00	
6.1.02.05.	GASTO DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO Y SOFTWARE	\$ 37,50	
	(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 1.175,24
3.1.05.03.	UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO ACTUAL		\$ 1175,24

f) Gerente - Propietario

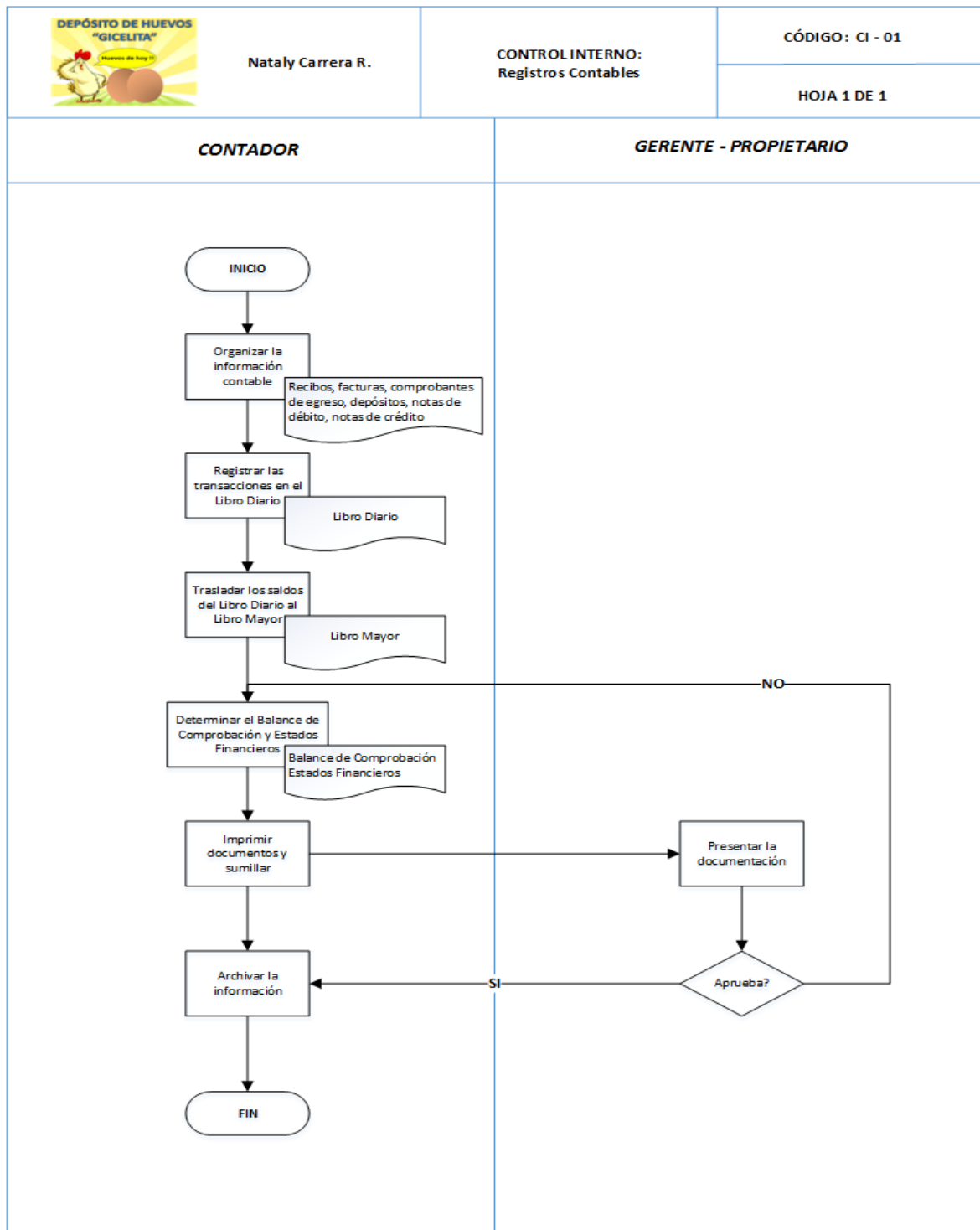
f) Contador

Nota. Estado de resultados del depósito de huevos "Gicelita" para el período septiembre 2017, según ejercicio práctico contable.

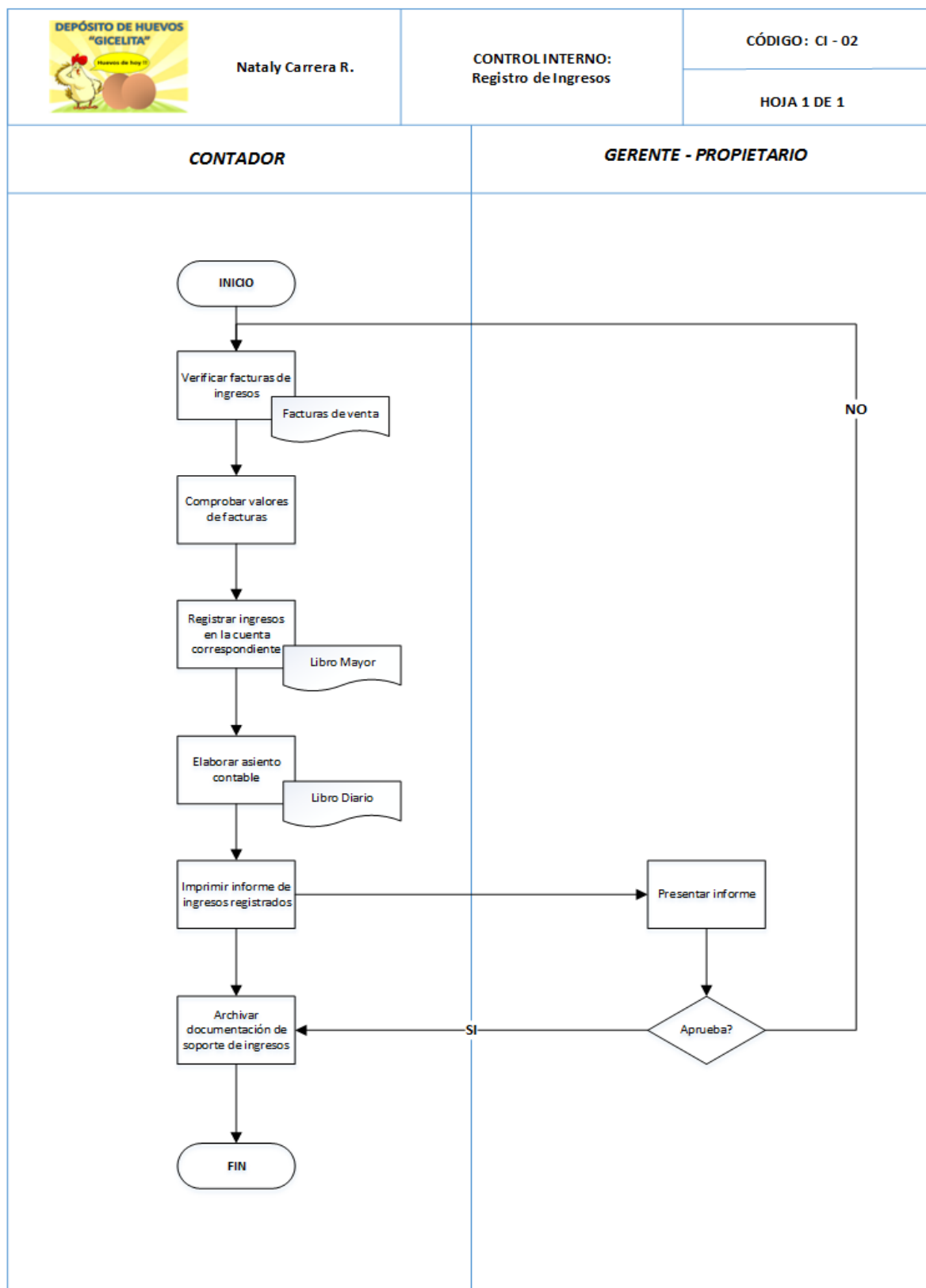
Elaborado por: La autora. 2017

4.4.4. Elaboración y propuesta de control interno.

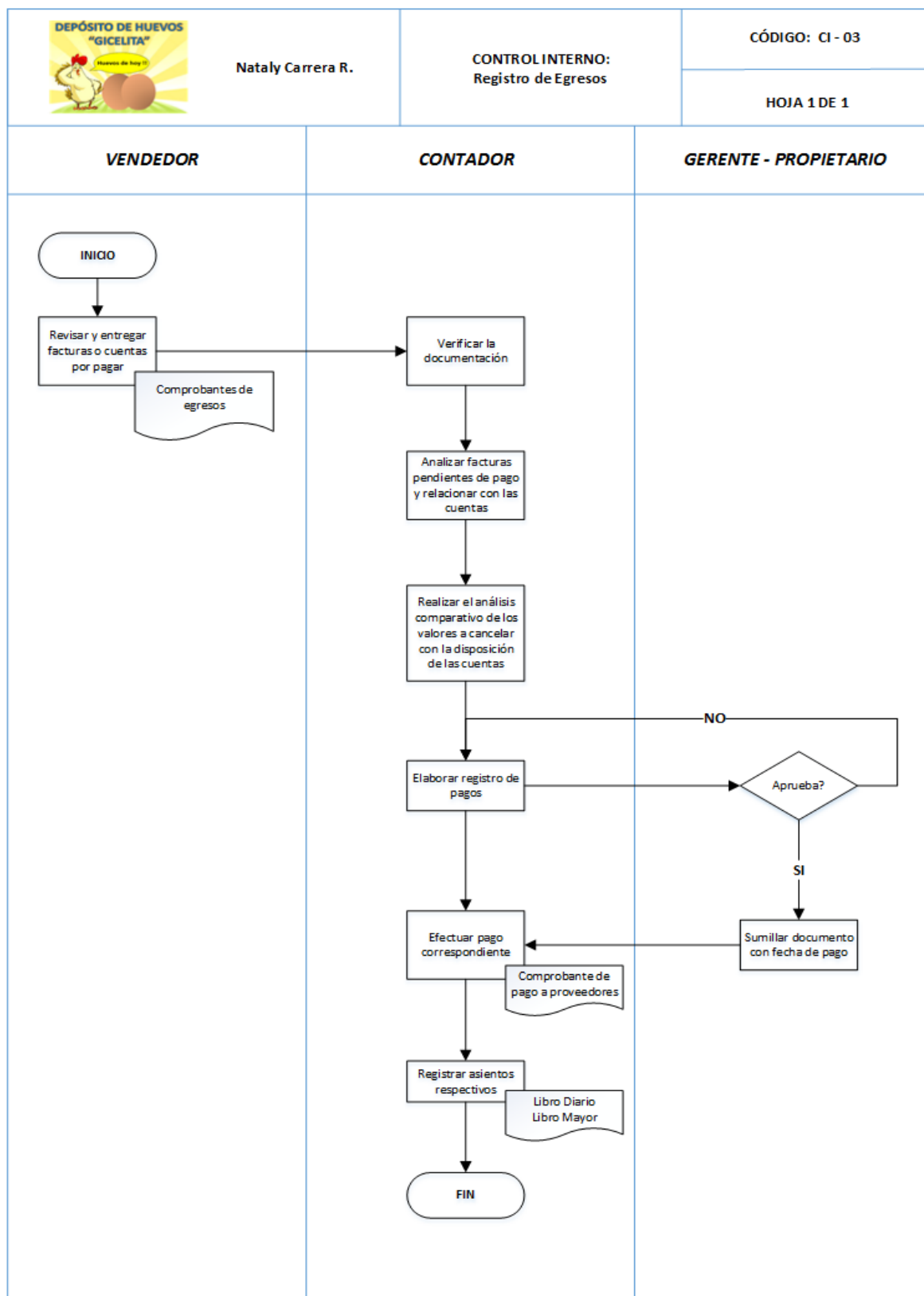
4.4.4.1. Control interno: registros contables.



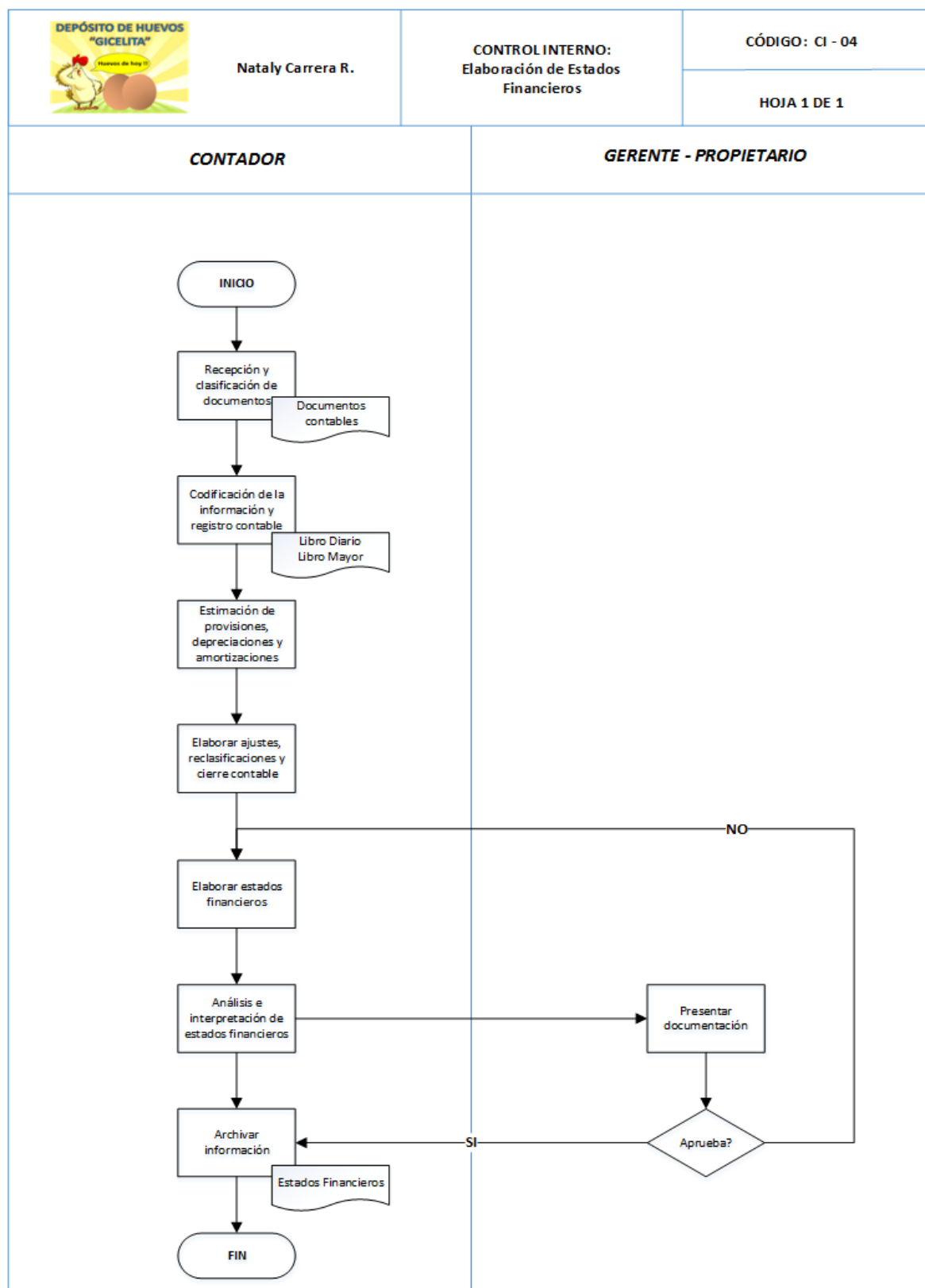
4.4.4.2. Control interno: registro de ingresos.



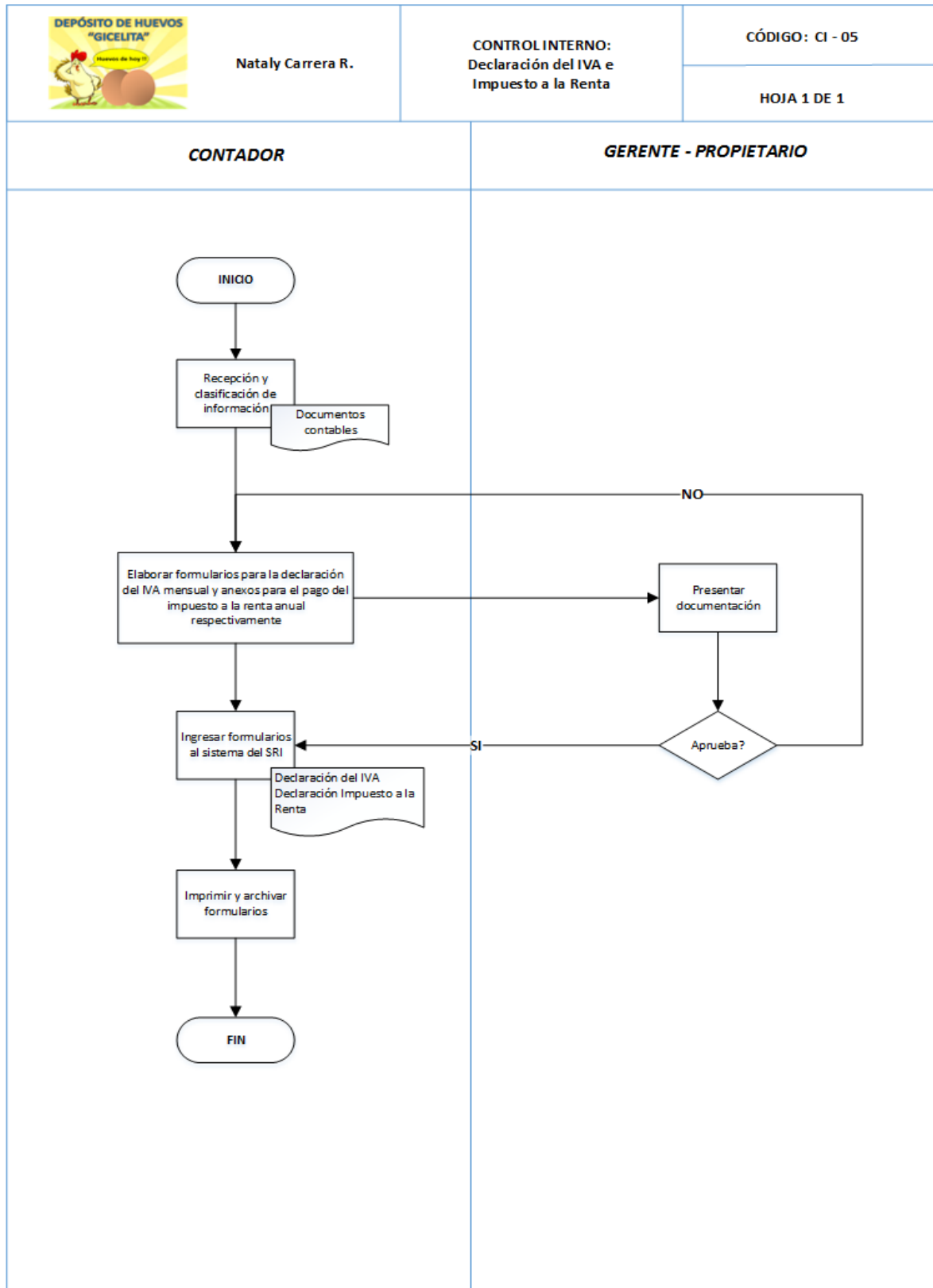
4.4.4.3. Control interno: registro de egresos.



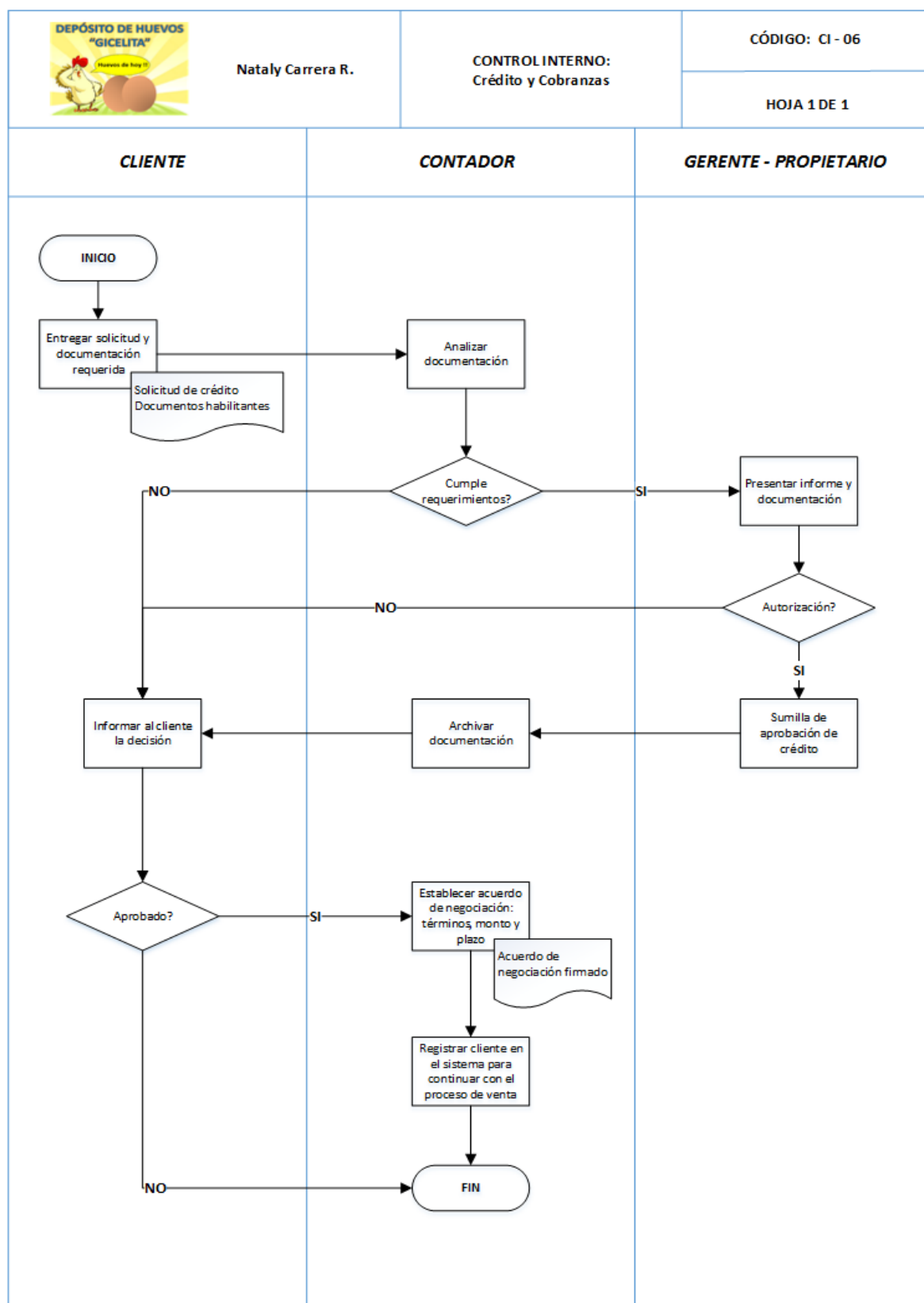
4.4.4.4. Control interno: elaboración de estados financieros.



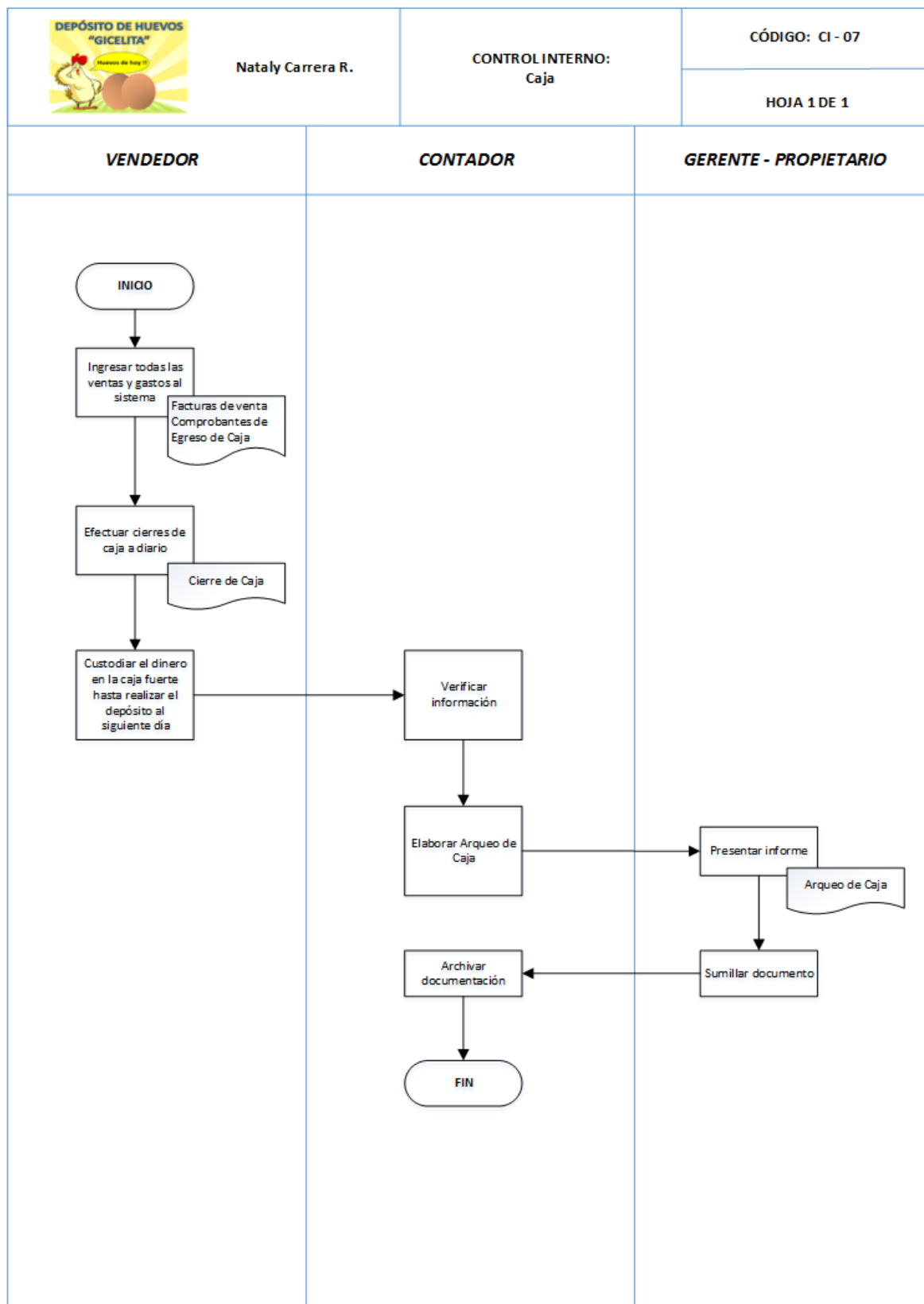
4.4.4.5. Control interno: declaración del IVA e impuesto a la renta.



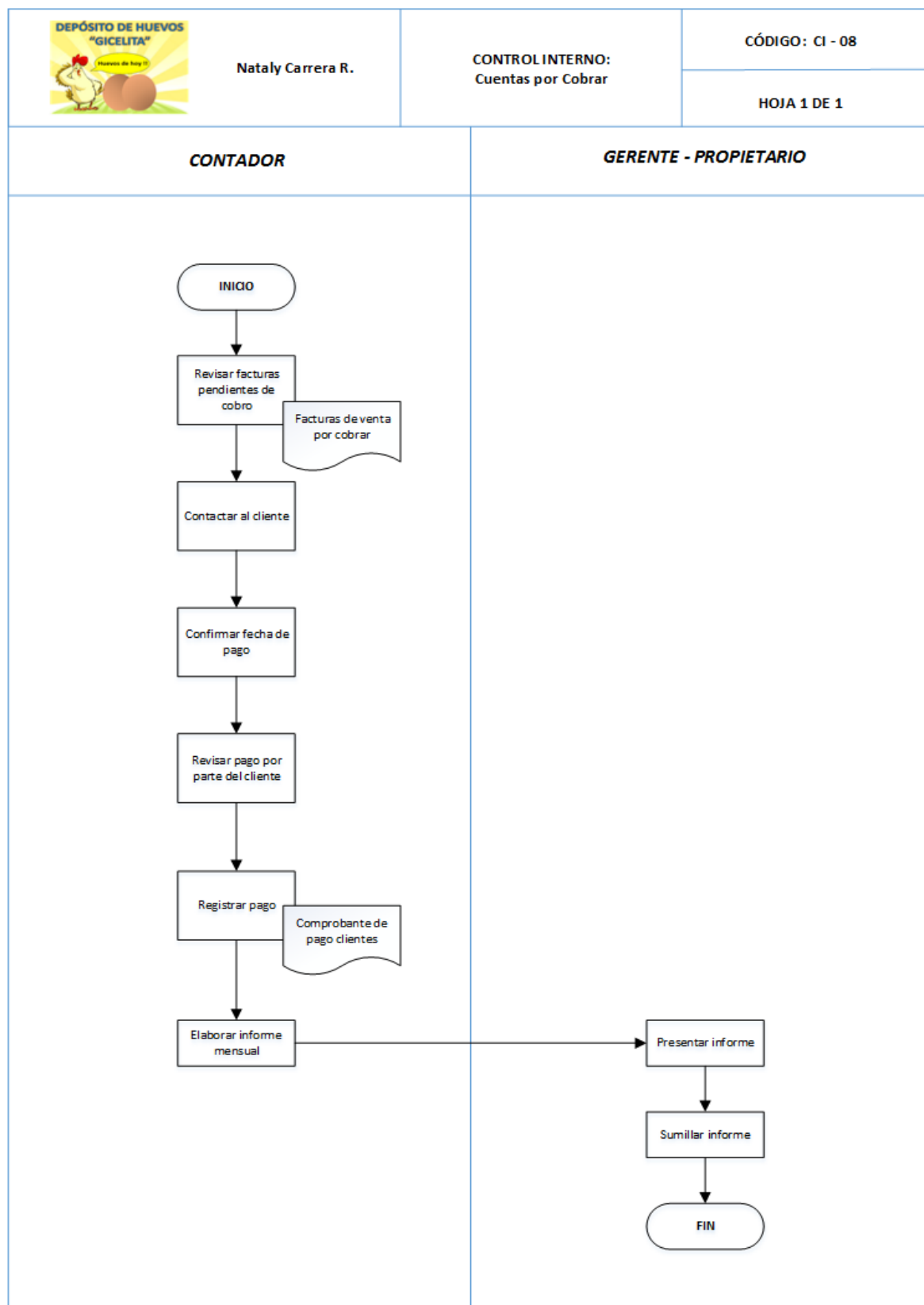
4.4.4.6. Control interno: crédito y cobranzas.



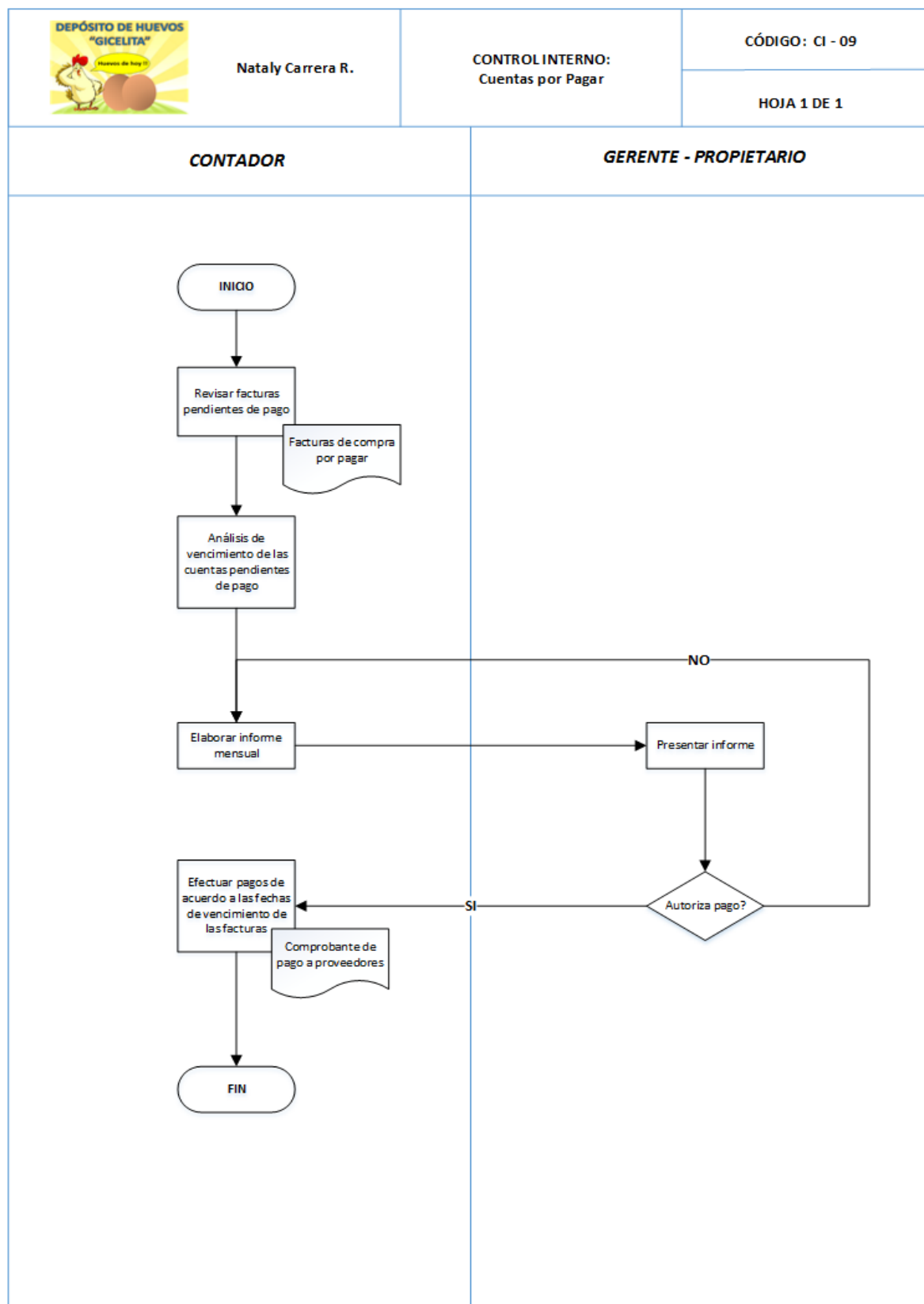
4.4.4.7. Control interno: caja.



4.4.4.8. Control interno: cuentas por cobrar.



4.4.4.9. Control interno: cuentas por pagar.



4.5. Propuesta financiera

Con el presente estudio financiero se busca analizar la factibilidad y viabilidad financiera del depósito de huevos “Gicelita”, para lo cual se han formulado las respectivas bases de cálculo en función de la información prevista en el estudio de mercado de la provincia del Carchi, uno de los principales factores es la demanda insatisfecha este dato no proviene de la cantidad del producto sino de calidad y competitividad con respecto a precios lo que impulsa a que el presente proyecto busque satisfacer los factores ya antes mencionados permitiendo a futuro posesionar al negocio y fidelizar al cliente.

Una vez cuantificado las diversas variables del proceso de comercialización de huevos se analizará la capacidad de los activos fijos del negocio, la inversión en el producto los costos y gastos operacionales así como otros gastos, se procede a elaborar flujos de inversión, los cuales se proyecta a 10 años plazo de vida útil del proyecto. Para el cálculo de las proyecciones se ha tomado tasas de inflación anual (BCE) e incremento salarial de los Recursos Humanos (MRH), así mismo al obtenerse los respectivos índices o parámetros financieros estos servirán para la toma de decisiones por parte de la propietaria del depósito de huevos “Gicelita”.

Al final del presente estudio se realiza un balance de los indicadores financieros como el VAN, TIR, TUR, Período de Recuperación de la Inversión, proyectados a lo largo de los 10 años.

4.5.1. Formulación de las bases.

Dentro del siguiente apartado se formulan y analizan las bases financieras necesarias para elaborar las respectivas proyecciones y a su vez calcular los correspondientes indicadores. Las bases incluyen el cálculo de ventas, costos operacionales de comercialización: entre estos costo de adquisición, material de embalaje, etc., gastos administrativos y ventas, gastos financieros, presupuesto de costos y gastos, capital de trabajo y financiamiento.

4.5.1.1. Ventas.

En la Tabla 52, se indica las ventas por parte del depósito de huevos “Gicelita”, la misma que se realiza considerando la demanda insatisfecha de acuerdo al estudio de mercado, además a la cantidad total de las ventas se le resta el 1% por mermas del producto debido a diversas condiciones como: pérdidas en el transporte y mal manejo del producto. La proyección de las ventas se realiza para 10 años y el pronóstico de las ventas de acuerdo a la tasa de crecimiento del sector el cual tiene un valor del 2,3%. (BCE, 2017).

Tabla 52:
Ventas

AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Capacidad utilizada	81%	83%	85%	87%	89%	91%	93%	95%	97%	99%
Ventas (Cubetas)	170.411	174.331	178.340	182.442	186.638	190.931	195.322	199.815	204.410	209.112
PV	3,69	3,73	3,78	3,82	3,87	3,91	3,96	4,01	4,06	4,10
TOTAL VENTAS	\$ 628.817	\$ 650.935	\$ 673.831	\$ 697.532	\$ 722.067	\$ 747.464	\$ 773.756	\$ 800.971	\$ 829.144	\$ 858.309

Nota. La proyección de las ventas se realiza a 10 años, de acuerdo a la tasa de crecimiento del sector.
Elaborado por: La autora. 2017

La capacidad instalada del depósito de huevos “Gicelita” es de 210.600 cubetas/año, considerando que en el primer año la capacidad utilizada es del 81 % se espera previo una evaluación del proyecto alcanzar el 99% de la capacidad instalada como se muestra en la Tabla 53.

Tabla 53:
Capacidad instalada

CAPACIDAD INSTALADA	
Semanas / Año	50
Días / Semana	6
Horas / Día	9
Total Horas / Año	2700
Producción Cubetas / Hora	78
PRODUCCIÓN CUBETAS/AÑO	210.600

Nota. Capacidad instalada del depósito de huevos “Gicelita”.

Elaborado por: La autora. 2017

4.5.1.2. Costos de comercialización.

El análisis de los costos de comercialización para el depósito de huevos “Gicelita” contempla los requerimientos y proyecciones a 10 años de vida útil del proyecto.

Por tanto, a continuación, se presentan los costos operativos del depósito de huevos “Gicelita” para 10. Se debe considerar los decretos ejecutivos Gobierno.

Tabla 54:

Costos operacionales administrativos y ventas

Costos operacionales - ventas									
operativos	Cantidad	Sueldo Base	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Aporte IESS	Vacaciones	Costo Mensual	Costo Anual	Fondos de reserva (Segundo Año)
Chofer	1	\$ 375,00	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 45,56	\$ 15,63	\$ 498,69	\$ 5.984,25	\$ 375,00
Vendedor	1	\$ 384,41	\$ 32,03	\$ 31,25	\$ 42,86	\$ 16,02	\$ 506,57	\$ 6.078,88	\$ 384,41
TOTAL								\$ 12.063,13	\$ 759,41
Costos Administrativos									
operativos	Cantidad	Sueldo Base	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Aporte IESS	Vacaciones	Costo Mensual	Costo Anual	Fondos de reserva (Segundo Año)
Gerente Propietario	1	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 31,25	\$ 48,60	\$ 16,67	\$ 529,85	\$ 6.358,20	\$ 400,00
Contador	1	\$ 388,20	\$ 32,35	\$ 31,25	\$ 47,17	\$ 16,18	\$ 515,14	\$ 6.181,70	\$ 388,20
TOTAL								\$ 12.539,90	\$ 788,20

Nota. Costos del personal administrativo y de ventas del depósito de huevos “Gicelita”, considerando los beneficios de ley.
Elaborado por: La autora. 2017

Tabla 55:

Proyección costos y gastos del personal operativo

PERSONAL	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Operativo-ventas	12.063,13	12.412,96	12.772,93	13.143,35	13.524,50	13.916,71	14.320,30	14.735,59	15.162,92	15.602,64	16.055,12
Administrativo	12.539,90	12.903,55	13.277,76	13.662,81	14.059,03	14.466,74	14.886,28	15.317,98	15.762,20	16.219,31	16.689,67
Total	24.603,02	25.316,51	26.050,69	26.806,16	27.583,54	28.383,46	29.206,58	30.053,57	30.925,12	31.821,95	32.744,79

Nota. Proyección de costos del personal operativo del depósito de huevos “Gicelita”, considerando los beneficios de ley e incremento de salario anual.
Elaborado por: La autora. 2017

Por otra parte, en la Tabla 57, se muestran los costos del material de embalaje del producto en cubetas de 30 unidades, los cuales se utilizarán durante el desarrollo del proyecto. Para estas proyecciones se utilizó una tasa promedio de 1,19% (BCE, 2017) correspondientes a los últimos seis meses de nuestro país. En la Tabla 57 se observa que, ésta tiene una tendencia decreciente por contracción de la demanda generada por la coyuntura económica actual.

Tabla 56:
Inflación 2016 – 2017

FECHA	VALOR
Octubre-31-2017	-0.09 %
Septiembre-30-2017	-0.03 %
Agosto-31-2017	0.28 %
Julio-31-2017	0.10 %
Junio-30-2017	0.16 %
Mayo-31-2017	1.10 %
Abril-30-2017	1.09 %
Marzo-31-2017	0.96 %
Febrero-28-2017	0.96 %
Enero-31-2017	0.90 %
Diciembre-31-2016	1.12 %
Noviembre-30-2016	1.05 %
Octubre-31-2016	1.31 %
Septiembre-30-2016	1.30 %
Agosto-31-2016	1.42 %
Julio-31-2016	1.58 %
Junio-30-2016	1.59 %
Mayo-31-2016	1.63 %
Abril-30-2016	1.78 %
Marzo-31-2016	2.32 %
Febrero-29-2016	2.60 %
Enero-31-2016	3.09 %

Nota. Inflación correspondiente al
Período 2016 – 2017. Fuente: BCE:
Banco Central del Ecuador, 2017.

Tabla 57:
Proyección de material de embalaje

COMPONENTES	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Empaques	\$ 12.717,12	\$ 13.770,60	\$ 14.896,45	\$ 16.099,08	\$ 17.383,44	\$ 18.754,82	\$ 18.978,00	\$ 19.203,84	\$ 19.432,36	\$ 19.663,61	\$ 19.897,60
Pabito	\$ 2.400,00	\$ 2.428,56	\$ 2.457,46	\$ 2.486,70	\$ 2.516,30	\$ 2.546,24	\$ 2.576,54	\$ 2.607,20	\$ 2.638,23	\$ 2.669,62	\$ 2.701,39
TOTAL	\$ 15.117,12	\$ 16.199,16	\$ 17.353,91	\$ 18.585,78	\$ 19.899,73	\$ 21.301,05	\$ 21.554,54	\$ 21.811,04	\$ 22.070,59	\$ 22.333,23	\$ 22.598,99

Nota. Proyección de los costos de insumos para embalaje de las cubetas de huevos de gallina, realizada a 10 años.
Elaborado por: La autora. 2017

En la Tabla 58, se muestra la proyección del producto a comercializar como son los huevos de gallina, en base a una tasa de crecimiento del sector del 2,3% (BCE, 2017). Así mismo el costo unitario por cubeta está proyectado con una tasa del 1,19%. (BCE, 2017)

Tabla 58:

Proyección del producto a comercializar

COMPONENTE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
MP (Cubetas)	187.200	191.506	195.910	200.416	205.026	209.741	214.565	219.500	224.549	229.714
Costo Unitario	\$ 3,14	\$ 3,18	\$ 3,22	\$ 3,25	\$ 3,29	\$ 3,33	\$ 3,37	\$ 3,41	\$ 3,45	\$ 3,49
TOTAL	\$ 587.808	\$ 608.483	\$ 629.886	\$ 652.041	\$ 674.976	\$ 698.718	\$ 723.294	\$ 748.735	\$ 775.071	\$ 802.333

Nota. Proyección de los costos de materia prima como son los huevos de gallina, realizada a 10 años.

Elaborado por: La autora. 2017

Los suministros de oficina para el funcionamiento del proyecto se resumen en papelería, suministros para impresora y archivadores de escritorio, tal como se muestra en la Tabla 59.

Tabla 59:

Suministros de oficina

ÍTEM	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Papelería y útiles de oficina	\$ 1.080,00	\$ 1.092,85	\$ 1.105,86	\$ 1.119,02	\$ 1.132,33	\$ 1.145,81	\$ 1.159,44	\$ 1.173,24	\$ 1.187,20	\$ 1.201,33	\$ 1.215,63
Suministros para impresora	\$ 600,00	\$ 607,14	\$ 614,36	\$ 621,68	\$ 629,07	\$ 636,56	\$ 644,13	\$ 651,80	\$ 659,56	\$ 667,41	\$ 675,35
Archivadores de escritorio	\$ 300,00	\$ 303,57	\$ 307,18	\$ 310,84	\$ 314,54	\$ 318,28	\$ 322,07	\$ 325,90	\$ 329,78	\$ 333,70	\$ 337,67
TOTAL	\$ 1.980,00	\$ 2.003,56	\$ 2.027,40	\$ 2.051,53	\$ 2.075,94	\$ 2.100,65	\$ 2.125,65	\$ 2.150,94	\$ 2.176,54	\$ 2.202,44	\$ 2.228,65

Nota. Resumen y proyección de costos en cuanto a suministros de oficina para un período de 10 años.

Elaborado por: La autora. 2017

Los insumos de limpieza, que son esenciales para el buen funcionamiento del proyecto, están dados por los ítems descritos en la Tabla 60.

Tabla 60:

Insumos de limpieza

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Trapeador	\$ 48,00	\$ 48,57	\$ 49,15	\$ 49,73	\$ 50,33	\$ 50,92	\$ 51,53	\$ 52,14	\$ 52,76	\$ 53,39	\$ 54,03
Escoba	\$ 30,00	\$ 30,36	\$ 30,72	\$ 31,08	\$ 31,45	\$ 31,83	\$ 32,21	\$ 32,59	\$ 32,98	\$ 33,37	\$ 33,77
Papel higiénico	\$ 38,40	\$ 38,86	\$ 39,32	\$ 39,79	\$ 40,26	\$ 40,74	\$ 41,22	\$ 41,72	\$ 42,21	\$ 42,71	\$ 43,22
Jabón líquido	\$ 72,00	\$ 72,86	\$ 73,72	\$ 74,60	\$ 75,49	\$ 76,39	\$ 77,30	\$ 78,22	\$ 79,15	\$ 80,09	\$ 81,04
Limpiones	\$ 38,40	\$ 38,86	\$ 39,32	\$ 39,79	\$ 40,26	\$ 40,74	\$ 41,22	\$ 41,72	\$ 42,21	\$ 42,71	\$ 43,22
Recogedor de basura	\$ 24,00	\$ 24,29	\$ 24,57	\$ 24,87	\$ 25,16	\$ 25,46	\$ 25,77	\$ 26,07	\$ 26,38	\$ 26,70	\$ 27,01
Detergente	\$ 36,00	\$ 36,43	\$ 36,86	\$ 37,30	\$ 37,74	\$ 38,19	\$ 38,65	\$ 39,11	\$ 39,57	\$ 40,04	\$ 40,52
Desinfectante	\$ 48,00	\$ 48,57	\$ 49,15	\$ 49,73	\$ 50,33	\$ 50,92	\$ 51,53	\$ 52,14	\$ 52,76	\$ 53,39	\$ 54,03
TOTAL	\$ 334,80	\$ 338,78	\$ 342,82	\$ 346,90	\$ 351,02	\$ 355,20	\$ 359,43	\$ 363,70	\$ 368,03	\$ 372,41	\$ 376,84

Nota. Resumen y proyección de costos en cuanto a insumos de limpieza para un período de 10 años.

Elaborado por: La autora. 2017

Los servicios básicos necesarios para el buen funcionamiento del depósito de huevos “Gicelita” se presentan en la Tabla 61, con una proyección a 10 años.

Tabla 61:

Servicios básicos

DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Energía eléctrica	\$ 420,00	\$ 425,00	\$ 430,06	\$ 435,17	\$ 440,35	\$ 445,59	\$ 450,89	\$ 456,26	\$ 461,69	\$ 467,18	\$ 472,74
Agua	\$ 216,00	\$ 218,57	\$ 221,17	\$ 223,80	\$ 226,47	\$ 229,16	\$ 231,89	\$ 234,65	\$ 237,44	\$ 240,27	\$ 243,13
Teléfono	\$ 264,00	\$ 267,14	\$ 270,32	\$ 273,54	\$ 276,79	\$ 280,09	\$ 283,42	\$ 286,79	\$ 290,20	\$ 293,66	\$ 297,15
Internet	\$ 540,00	\$ 546,43	\$ 552,93	\$ 559,51	\$ 566,17	\$ 572,90	\$ 579,72	\$ 586,62	\$ 593,60	\$ 600,66	\$ 607,81
TOTAL	\$ 1.440,00	\$ 1.457,14	\$ 1.474,48	\$ 1.492,02	\$ 1.509,78	\$ 1.527,74	\$ 1.545,92	\$ 1.564,32	\$ 1.582,94	\$ 1.601,77	\$ 1.620,83

Nota. Resumen y proyección de costos en cuanto a servicios básicos para un período de 10 años.

Elaborado por: La autora. 2017

4.5.1.3. Gastos financieros.

El financiamiento será otorgado por el Banco Procredit S. A. a una tasa del 11% de interés anual, dicha entidad puede financiar hasta el 80% del total requerido como monto de inversión inicial para el proyecto. Para este caso específico, el monto del préstamo será de \$14.000 USD a un plazo de 5 años y cuotas mensuales de pago. A continuación, en la Tabla 62, se presenta el resumen de las condiciones del crédito que se conseguirá en la mencionada institución financiera.

Tabla 62:

Gastos financieros

Monto Crédito	\$ 14.000	
Tasa efectiva	11%	Anual
Tasa interés	0,9171%	Mensual
Plazo	5	Años
Períodos	12	Meses
Cuotas	60	meses

Nota. Monto y condiciones del crédito otorgado por el Banco Procredit S.A.

Elaborado por: La autora. 2017

La tabla de amortización completa del crédito se adjunta en el Anexo 3. Sin embargo, en la Tabla 63 se observa el cuadro resumen anual del pago de intereses (gasto financiero) y pago de capital del préstamo durante 5 años.

Tabla 63:
Financiamiento del crédito

Abono a capital	Pago interés	Cuota	Saldo
			\$ 14.000
(\$ 2.222,57)	\$ 1.430,15	(\$ 3.652,72)	\$ 11.777,43
(\$ 2.479,76)	\$ 1.172,96	(\$ 3.652,72)	\$ 9.297,67
(\$ 2.766,71)	\$ 886,01	(\$ 3.652,72)	\$ 6.530,95
(\$ 3.086,87)	\$ 565,85	(\$ 3.652,72)	\$ 3.444,08
(\$ 3.444,08)	\$ 208,64	(\$ 3.652,72)	-

Nota. Resumen de la amortización del crédito otorgado por el Banco Procredit S.A. al depósito de huevos “Gicelita”.

Elaborado por: La autora. 2017

4.5.1.4. Presupuesto de costos y gastos.

A continuación, en la Tabla 64 se consolidan todos los gastos de operación y tanto administrativos y otros gastos financieros para el depósito de huevos “Gicelita” proyectados a lo largo de los 10 años. Se han incluido el rubro de imprevistos que representa el 2% sobre los impuestos.

Tabla 64:
Presupuesto de costos y gastos

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Costos de ventas	\$ 585.868,03	\$ 638.659,01	\$ 695.765,10	\$ 757.523,68	\$ 824.298,04	\$ 848.036,92	\$ 876.946,99	\$ 906.862,21	\$ 937.817,78	\$ 969.850,08
Sueldos y Beneficios	\$ 12.412,96	\$ 12.772,93	\$ 13.143,35	\$ 13.524,50	\$ 13.916,71	\$ 14.320,30	\$ 14.735,59	\$ 15.162,92	\$ 15.602,64	\$ 16.055,12
Producto	\$ 540.496,00	\$ 591.643,61	\$ 647.017,24	\$ 706.949,00	\$ 771.796,55	\$ 798.943,49	\$ 827.045,28	\$ 856.135,53	\$ 886.248,98	\$ 917.421,64
Material de embalaje	\$ 16.199,16	\$ 17.353,91	\$ 18.585,78	\$ 19.899,73	\$ 21.301,05	\$ 21.554,54	\$ 21.811,04	\$ 22.070,59	\$ 22.333,23	\$ 22.598,99
Depreciación Infraestructura	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00
Depreciación Vehículo	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00					
Imprevistos	\$ 10.809,92	\$ 10.938,56	\$ 11.068,73	\$ 11.200,44	\$ 11.333,73	\$ 11.468,60	\$ 11.605,08	\$ 11.743,18	\$ 11.882,92	\$ 12.024,33
Gastos Administrativos	\$ 17.620,80	\$ 18.040,22	\$ 18.471,03	\$ 18.181,88	\$ 18.636,44	\$ 19.103,38	\$ 19.583,05	\$ 20.075,81	\$ 20.582,03	\$ 21.102,09
Sueldos y Beneficios	\$ 12.903,55	\$ 13.277,76	\$ 13.662,81	\$ 14.059,03	\$ 14.466,74	\$ 14.886,28	\$ 15.317,98	\$ 15.762,20	\$ 16.219,31	\$ 16.689,67
Suministros de oficina	\$ 2.003,56	\$ 2.027,40	\$ 2.051,53	\$ 2.075,94	\$ 2.100,65	\$ 2.125,65	\$ 2.150,94	\$ 2.176,54	\$ 2.202,44	\$ 2.228,65
Depreciación Equipos de Oficina	\$ 482,77	\$ 482,77	\$ 482,77	\$ 186,10	\$ 186,10	\$ 186,10	\$ 186,10	\$ 186,10	\$ 186,10	\$ 186,10
Suministros de limpieza	\$ 338,78	\$ 342,82	\$ 346,90	\$ 351,02	\$ 355,20	\$ 359,43	\$ 363,70	\$ 368,03	\$ 372,41	\$ 376,84
Servicios básicos	\$ 1.457,14	\$ 1.474,48	\$ 1.492,02	\$ 1.509,78	\$ 1.527,74	\$ 1.545,92	\$ 1.564,32	\$ 1.582,94	\$ 1.601,77	\$ 1.620,83
Gastos Financieros	\$ 435,00	\$ 435,00	\$ 435,00							
Gasto interés crédito	\$ 1.430,15	\$ 1.172,96	\$ 886,01	\$ 565,85	\$ 208,64					
Gasto interés crédito	\$ 1.430,15	\$ 1.172,96	\$ 886,01	\$ 565,85	\$ 208,64					
TOTAL	\$ 604.918,98	\$ 657.872,19	\$ 715.122,13	\$ 776.271,41	\$ 843.143,12	\$ 867.140,30	\$ 896.530,03	\$ 926.938,02	\$ 958.399,80	\$ 990.952,17

Nota. Resumen de costos de operación y gastos tanto administrativos como financieros proyectados a 10 años, mismos en los que incurrirá el depósito de huevos “Gicelita”.
Elaborado por: La autora. 2017

4.5.1.5. Capital de trabajo.

El capital de trabajo provendrá de las fuentes de recursos propios del depósito de huevos “Gicelita” para sustentar las actividades de operación del negocio durante el primer mes de actividad. La cantidad destinada como capital de trabajo es de \$49.706,45 USD, considerando las necesidades de costos operacionales y gastos administrativos en función de las cuotas requeridas. El cálculo del capital de trabajo que requiere el depósito de huevos “Gicelita” para poder operar se presenta en la Tabla 65.

Tabla 65:
Capital de trabajo

DETALLE	REQUERIMIENTOS AÑO 1	CUOTAS REQUERIDAS	CAPITAL DE TRABAJO
Costos Operacionales	\$ 579.918,03		\$ 48.326,50
Sueldos y Beneficios	\$ 12.412,96	1	\$ 1.034,41
Producto	\$ 540.496,00	1	\$ 45.041,33
Material de embalaje	\$ 16.199,16	1	\$ 1.349,93
Imprevistos	\$ 10.809,92	1	\$ 900,83
Gastos Administrativos	\$ 16.703,03		\$ 1.391,92
Sueldos y Beneficios	\$ 12.903,55	1	\$ 1.075,30
Suministros de Limpieza	\$ 338,78	1	\$ 28,23
Suministros de Oficina	\$ 2.003,56	1	\$ 166,96
Servicios Básicos	\$ 1.457,14	1	\$ 121,43
TOTAL	\$ 596.621,06		\$ 49.718,42

Nota. Resumen de costos operativos y gastos administrativos en los que incurrirá el depósito de huevos “Gicelita” durante el primer mes de actividad.
Elaborado por: La autora. 2017

Los costos operacionales y gastos administrativos para el funcionamiento del depósito de huevos “Gicelita” se las extrae para un mes en el que se espera que retorne los valores para reiniciar el ciclo económico. Se ha considerado un valor de imprevistos correspondiente al 2% del monto requerido para la compra del producto.

4.5.1.6. *Financiamiento.*

El financiamiento para el presente proyecto será gestionado a través de Procredit S. A., sin embargo, el depósito de huevos “Gicelita” con el capital de la propietaria adquirirá gran parte de los activos fijos, capital de trabajo, costos operacionales y gastos administrativos, pero el negocio necesita contar con circulante para la compra del producto por lo que aquello será financiado con un préstamo de \$14.000 USD, estos montos de inversión son mostrados en la Tabla 66.

Tabla 66:

Financiamiento de activo fijo

Activos Fijos	
Financiamiento	Aporte
Propietaria	\$ 58.751,00

Nota. Fuentes de financiamiento de activos fijos para la puesta en marcha del proyecto.

Elaborado por: La autora. 2017

4.5.2 Flujo de inversiones.

A continuación, se describe la inversión total requerida para la puesta en marcha del proyecto del depósito de huevos “Gicelita”.

4.5.2.1. *Inversiones.*

La inversión total del proyecto está compuesta por activos fijos, costos operacionales, gastos administrativos y diferidos, además del capital de trabajo. La inversión total inicial del proyecto es de \$108.457,45 USD, los cuales son

cubiertos por parte de la propietaria en \$94.457,45 USD y con préstamo por parte de la institución bancaria por \$14.000 USD, tal como se muestra en la Tabla 67.

Tabla 67:
Inversión total del proyecto

		FINANCIAMIENTO	
INVERSIONES	COSTO	RECURSOS PROPIOS	CRÉDITO
ACTIVOS FIJOS			
Equipo de Oficina	\$ 2.751,00	\$ 2.751,00	
Edificio	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00	
Vehículo	\$ 21.000,00	\$ 21.000,00	
SUBTOTAL	\$ 58.751,00	\$ 58.751,00	
CAPITAL DE TRABAJO			
Costos Operacionales			
Sueldos y Beneficios	\$ 1.030,55	\$ 1.030,55	
Materia Prima	\$ 45.041,33	\$ 31.041,33	\$ 14.000,00
Insumos	\$ 1.349,93	\$ 1.349,93	
Imprevistos	\$ 900,83	\$ 900,83	
Gastos Administrativos			
Sueldos y Beneficios	\$ 1.067,19	\$ 1.067,19	
Suministros de Limpieza	\$ 28,23	\$ 28,23	
Suministros de Oficina	\$ 166,96	\$ 166,96	
Servicios Básicos	\$ 121,43	\$ 121,43	
SUBTOTAL	\$ 49.706,45	\$ 35.706,45	\$ 14.000,00
INVERSIONES TOTALES	\$ 108.457,45	\$ 94.457,45	\$ 14.000,00

Nota. La inversión total inicial del proyecto es de \$108.457,45, considerando activos fijos, costos operacionales y gastos administrativos.
Elaborado por: La autora. 2017

4.5.2.2. *Activos fijos.*

Los activos fijos con los que cuenta el depósito de huevos “Gicelita” para iniciar con el proceso de comercialización, son: vehículo (Tabla 68) y edificio (Tabla 69).

Tabla 68:
Vehículo

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Vehículo	1	\$ 21.000,00	\$ 21.000,00

Nota. Para iniciar con el proceso de comercialización en el depósito de huevos “Gicelita”, es necesario un vehículo para la entrega oportuna del producto.
Elaborado por: La autora. 2017

Tabla 69:
Edificio

Detalle	Área (m²)	Valor x c/m²	Valor Total
Edificio	50	\$ 700,00	\$ 35.000,00

Nota. Para el depósito de huevos “Gicelita”, es importante contar con una infraestructura adecuada para llevar a cabo el proceso de comercialización del producto.
Elaborado por: La autora. 2017

4.5.3. Flujos de proyección.

Se analizarán mediante un esquema los ingresos y los gastos del depósito de huevos “Gicelita”, que se verán reflejados en el estado de resultados.

4.5.3.1. Ingresos.

En la Tabla 70, se muestran los ingresos para el depósito de huevos “Gicelita”, los cuales se basan en un incremento gradual de la capacidad instalada siendo para el primer del 82% y para el año 3 se espera llegar al 96% de la capacidad, se realizará una evaluación del porcentaje alcanzado considerando que el presente proyecto estará vigente hasta el año 10, además el precio promedio de venta se incrementa en base al promedio de la tasa de inflación según el Banco Central del Ecuador del 2,3%.

Tabla 70:
Proyección de ingresos

Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Capacidad utilizada	82%	88%	96%	103%	111%	114%	116%	119%	122%	125%
Ventas (Cubetas)	172.132	186.206	201.238	217.293	234.435	239.827	245.343	250.986	256.759	262.664
Precio de Venta	3,69	3,73	3,78	3,82	3,87	3,91	3,96	4,01	4,06	4,10
TOTAL VENTAS	\$ 635.169	\$ 695.275	\$ 760.348	\$ 830.778	\$ 906.984	\$ 938.886	\$ 971.910	\$ 1.006.096	\$ 1.041.484	\$ 1.078.117

Nota. Proyección de ingresos para el depósito de huevos “Gicelita” durante los próximos 10 años.
Elaborado por: La autora. 2017

4.5.3.2. Depreciaciones

Para el cálculo de la depreciación de los activos fijos del depósito de huevos “Gicelita” se consideraron las reglamentaciones contables de nuestro país. A continuación, se presenta en la Tabla 71, los porcentajes de depreciación, vida útil y los respectivos cálculos y proyección para 10 años de cada uno.

Tabla 71:
Depreciación de activos fijos

DETALLE	%	VIDA ÚTIL	VALOR	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Equipo de Oficina			\$ 2.751,00	\$ 482,77	\$ 482,77	\$ 482,77	\$ 186,10	\$ 186,10	\$ 186,10	\$ 186,10	\$ 186,10	\$ 186,10	\$ 186,10
Escritorio tipo gerencia	10%	10	\$ 365,00	\$ 36,50	\$ 36,50	\$ 36,50	\$ 36,50	\$ 36,50	\$ 36,50	\$ 36,50	\$ 36,50	\$ 36,50	\$ 36,50
Escritorio tipo secretaria	10%	10	\$ 350,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00
Silla de espera	10%	10	\$ 180,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00
Silla giratorias	10%	10	\$ 126,00	\$ 12,60	\$ 12,60	\$ 12,60	\$ 12,60	\$ 12,60	\$ 12,60	\$ 12,60	\$ 12,60	\$ 12,60	\$ 12,60
Archivador de 4 cajones	10%	10	\$ 360,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00
Archivador aéreo	10%	10	\$ 210,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 21,00
Portátil	33%	3	\$ 550,00	\$ 183,33	\$ 183,33	\$ 183,33							
Impresora	33%	3	\$ 340,00	\$ 113,33	\$ 113,33	\$ 113,33							
Teléfono	10%	10	\$ 160,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00
Dispensador de agua	10%	10	\$ 110,00	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 11,00
Edificio	5%	20	\$ 35.000,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00
Vehículo	20%	5	\$ 21.000,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00					

Nota. Depreciación de activos fijos del depósito de huevos “Gicelita” considerando las reglamentaciones contables del país.

Elaborado por: La autora. 2017

4.5.3.3. *Mezcla financiera.*

En la Tabla 72, se indica el monto total de dinero a invertir en el depósito de huevos “Gicelita”, así como los porcentajes de aportación a esta inversión por parte de la propietaria y la institución financiera.

Tabla 72:
Mezcla financiera

Financiamiento	Aporte	% Participación
Socios	\$ 94.457,45	87,09%
Crédito	\$ 14.000,00	12,91%
TOTAL	\$ 108.457,45	100%

Nota. Es importante conocer el total del monto del dinero a invertir en el depósito de huevos “Gicelita”.
Elaborado por: La autora. 2017

En la mezcla financiera la fortaleza que tiene el depósito de huevos “Gicelita” es la participación del 87,09% de la inversión, lo que equivale al valor de \$94.457,45 USD, mientras que el 12,91% restante proviene del crédito bancario de Procredit S.A. por un valor de \$14.000 USD con una tasa de interés del 11% a pagarse a lo largo de 5 años.

4.5.3.4. *Flujo de fondos neto.*

El flujo de fondos neto (FNN) es el que mide la liquidez que tiene el depósito de huevos “Gicelita” para afrontar cualquier pago a corto plazo, el cual se determina después de calcular los gastos operativos y los costos financieros. Además, el flujo de fondos neto permite calcular los indicadores financieros como el VAN, TIR, TUR y Relación Beneficio - Costo.

Tabla 73:
Flujo de fondos neto

AÑOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos Gravables		\$ 635.168,86	\$ 695.275,45	\$ 760.348,29	\$ 830.777,65	\$ 906.983,84	\$ 938.885,82	\$ 971.909,90	\$ 1.006.095,57	\$ 1.041.483,68	\$ 1.078.116,51
Costos Deducibles		\$ 603.488,83	\$ 656.699,23	\$ 714.236,12	\$ 775.705,56	\$ 842.934,48	\$ 867.140,30	\$ 896.530,03	\$ 926.938,02	\$ 958.399,80	\$ 990.952,17
Depreciación		\$ 6.432,77	\$ 6.432,77	\$ 6.432,77	\$ 6.136,10	\$ 6.136,10	\$ 1.936,10	\$ 1.936,10	\$ 1.936,10	\$ 1.936,10	\$ 1.936,10
Amortización		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00							
Gastos Financieros		\$ 1.430,15	\$ 1.172,96	\$ 886,01	\$ 565,85	\$ 208,64					
Utilidad Antes P.T. e Imp R		\$ 23.817,11	\$ 30.970,49	\$ 38.793,39	\$ 48.370,14	\$ 57.704,62	\$ 69.809,42	\$ 73.443,77	\$ 77.221,45	\$ 81.147,77	\$ 89.100,44
15% P. a trabajadores		\$ 3.572,57	\$ 4.645,57	\$ 5.819,01	\$ 7.255,52	\$ 8.655,69	\$ 10.471,41	\$ 11.016,57	\$ 11.583,22	\$ 12.172,17	\$ 13.365,07
Utilidad antes Imp. R.		\$ 20.244,55	\$ 26.324,92	\$ 32.974,38	\$ 41.114,62	\$ 49.048,93	\$ 59.338,00	\$ 62.427,21	\$ 65.638,23	\$ 68.975,61	\$ 75.735,37
Impuesto a la Renta		\$ 1.286,07	\$ 2.359,07	\$ 3.532,51	\$ 5.232,03	\$ 7.098,92	\$ 9.778,85	\$ 10.687,44	\$ 11.631,86	\$ 12.613,44	\$ 14.748,13
Utilidad Neta		\$ 18.958,48	\$ 23.965,85	\$ 29.441,87	\$ 35.882,59	\$ 41.950,00	\$ 49.559,15	\$ 51.739,76	\$ 54.006,37	\$ 56.362,16	\$ 60.987,24
Inversión	\$ 110.423,80										
Ingresos no gravables											
Costos no deducibles											
Dep.		\$ 6.432,77	\$ 6.432,77	\$ 6.432,77	\$ 6.136,10	\$ 6.136,10	\$ 1.936,10	\$ 1.936,10	\$ 1.936,10	\$ 1.936,10	\$ 1.936,10
Amortización		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00							
Valor residual											
Recup. Capital Trabajo											
Crédito	\$ 14.000,00										
Pago a principal		-\$ 2.222,57	-\$ 2.479,76	-\$ 2.766,71	-\$ 3.086,87	-\$ 3.444,08					
Inversion otras Coop											
Rendimiento Otras Coop.											
FFN	-\$ 96.423,80	\$ 23.168,68	\$ 27.918,85	\$ 33.107,93	\$ 38.931,82	\$ 44.642,02	\$ 51.495,25	\$ 53.675,86	\$ 55.942,47	\$ 58.298,26	\$ 62.923,34

Nota. El flujo de fondos neto mide la liquidez que tiene el depósito de huevos “Gicelita” para cubrir pasivos a corto plazo.
Elaborado por: La autora. 2017

4.5.3.5. Estado de resultados.

El estado de resultados se le conoce también como el estado de pérdidas y ganancias, el cual se proyecta a 10 años. Esta proyección se presenta en la Tabla 74, la cual contiene los ingresos gravables pronosticados, la proyección de costos operacionales, y los gastos financieros. Una vez obtenida la utilidad bruta se resta la participación trabajadores; se obtiene la utilidad antes de impuesto, pagada las obligaciones tributarias o impuesto a la renta el resultado final es la ganancia neta del periodo.

Tabla 74:
Estado de resultados

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
VENTAS (Cubetas)	172.132	186.206	201.238	217.293	234.435	239.827	245.343	250.986	256.759	262.664
INGRESOS POR VENTAS	\$ 635.168,86	\$ 695.275,45	\$ 760.348,29	\$ 830.777,65	\$ 906.983,84	\$ 938.885,82	\$ 971.909,90	\$ 1.006.095,57	\$ 1.041.483,68	\$ 1.078.116,51
Costos Operación	\$ 585.868,03	\$ 638.659,01	\$ 695.765,10	\$ 757.523,68	\$ 824.298,04	\$ 848.036,92	\$ 876.946,99	\$ 906.862,21	\$ 937.817,78	\$ 969.850,08
Sueldos y Beneficios	\$ 12.412,96	\$ 12.772,93	\$ 13.143,35	\$ 13.524,50	\$ 13.916,71	\$ 14.320,30	\$ 14.735,59	\$ 15.162,92	\$ 15.602,64	\$ 16.055,12
Producto	\$ 540.496,00	\$ 591.643,61	\$ 647.017,24	\$ 706.949,00	\$ 771.796,55	\$ 798.943,49	\$ 827.045,28	\$ 856.135,53	\$ 886.248,98	\$ 917.421,64
Material de embalaje	\$ 16.199,16	\$ 17.353,91	\$ 18.585,78	\$ 19.899,73	\$ 21.301,05	\$ 21.554,54	\$ 21.811,04	\$ 22.070,59	\$ 22.333,23	\$ 22.598,99
Depreciación Infraestructura	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00
Depreciación Vehículo	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00					
Imprevistos	\$ 10.809,92	\$ 10.938,56	\$ 11.068,73	\$ 11.200,44	\$ 11.333,73	\$ 11.468,60	\$ 11.605,08	\$ 11.743,18	\$ 11.882,92	\$ 12.024,33
Gastos Administrativos	\$ 17.185,80	\$ 17.605,22	\$ 18.036,03	\$ 18.181,88	\$ 18.636,44	\$ 19.103,38	\$ 19.583,05	\$ 20.075,81	\$ 20.582,03	\$ 21.102,09
Sueldos y Beneficios	\$ 12.903,55	\$ 13.277,76	\$ 13.662,81	\$ 14.059,03	\$ 14.466,74	\$ 14.886,28	\$ 15.317,98	\$ 15.762,20	\$ 16.219,31	\$ 16.689,67
Suministros de Oficina	\$ 2.003,56	\$ 2.027,40	\$ 2.051,53	\$ 2.075,94	\$ 2.100,65	\$ 2.125,65	\$ 2.150,94	\$ 2.176,54	\$ 2.202,44	\$ 2.228,65
Depreciación Equipo de Oficina	\$ 482,77	\$ 482,77	\$ 482,77	\$ 186,10	\$ 186,10	\$ 186,10	\$ 186,10	\$ 186,10	\$ 186,10	\$ 186,10
Suministros de Limpieza	\$ 338,78	\$ 342,82	\$ 346,90	\$ 351,02	\$ 355,20	\$ 359,43	\$ 363,70	\$ 368,03	\$ 372,41	\$ 376,84
Servicios Básicos	\$ 1.457,14	\$ 1.474,48	\$ 1.492,02	\$ 1.509,78	\$ 1.527,74	\$ 1.545,92	\$ 1.564,32	\$ 1.582,94	\$ 1.601,77	\$ 1.620,83
Gastos de Constitución	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00							
Gastos Financieros	\$ 1.430,15	\$ 1.172,96	\$ 886,01	\$ 565,85	\$ 208,64					
Gasto interés crédito	\$ 1.430,15	\$ 1.172,96	\$ 886,01	\$ 565,85	\$ 208,64					
GASTOS TOTALES	\$ 604.483,98	\$ 657.437,19	\$ 714.687,13	\$ 776.271,41	\$ 843.143,12	\$ 867.140,30	\$ 896.530,03	\$ 926.938,02	\$ 958.399,80	\$ 990.952,17
UTILIDAD A. P. TRABAJAD.	\$ 30.684,88	\$ 37.838,26	\$ 45.661,16	\$ 54.506,24	\$ 63.840,72	\$ 71.745,52	\$ 75.379,87	\$ 79.157,55	\$ 83.083,87	\$ 87.164,34
15% P. a Trabajadores	\$ 4.602,73	\$ 5.675,74	\$ 6.849,17	\$ 8.175,94	\$ 9.576,11	\$ 10.761,83	\$ 11.306,98	\$ 11.873,63	\$ 12.462,58	\$ 13.074,65
UTili. antes de Impuesto Renta	\$ 26.082,15	\$ 32.162,52	\$ 38.811,99	\$ 46.330,31	\$ 54.264,61	\$ 60.983,69	\$ 64.072,89	\$ 67.283,92	\$ 70.621,29	\$ 74.089,69
Impuesto a la renta	\$ 1.570,36	\$ 2.482,42	\$ 3.479,84	\$ 4.824,06	\$ 6.410,92	\$ 7.754,74	\$ 8.372,58	\$ 9.147,48	\$ 9.981,82	\$ 10.848,92
UTILIDAD NETA	\$ 24.511,79	\$ 29.680,11	\$ 35.332,15	\$ 41.506,25	\$ 47.853,69	\$ 53.228,95	\$ 55.700,31	\$ 58.136,44	\$ 60.639,47	\$ 63.240,77

Nota. El estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias proyectado a 10 años, muestra la utilidad del depósito de huevos “Gicelita” anualmente.

Elaborado por: La autora. 2017

4.5.3.6. *Balances.*

A continuación, en la Tabla 75 se muestra el balance general proyectado a 10 años del depósito de huevos “Gicelita”, en el cual se detallan los activos, pasivos y patrimonio.

Tabla 75:

Balance general proyectado

RUBROS	Preoperativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
ACTIVO CORRIENTE											
Efectivo	\$ 50.367,80	\$ 74.697,49	\$ 79.113,92	\$ 83.883,15	\$ 90.052,87	\$ 95.586,06	\$ 107.482,22	\$ 111.116,57	\$ 114.894,25	\$ 118.820,57	\$ 122.901,04
Documentos por cobrar											
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 50.367,80	\$ 74.697,49	\$ 79.113,92	\$ 83.883,15	\$ 90.052,87	\$ 95.586,06	\$ 107.482,22	\$ 111.116,57	\$ 114.894,25	\$ 118.820,57	\$ 122.901,04
ACTIVOS NO CORRIENTES											
Inversiones											
Propiedad, planta y equipo	\$ 58.751,00	\$ 58.751,00	\$ 58.751,00	\$ 58.751,00	\$ 58.751,00	\$ 58.751,00	\$ 58.751,00	\$ 58.751,00	\$ 58.751,00	\$ 58.751,00	\$ 58.751,00
Depreciación		\$ 6.432,77	\$ 6.432,77	\$ 6.432,77	\$ 6.136,10	\$ 6.136,10	\$ 1.936,10	\$ 1.936,10	\$ 1.936,10	\$ 1.936,10	\$ 1.936,10
Activos intangibles	\$ 1.305,00	\$ 435,00	\$ 435,00	\$ 435,00							
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	\$ 60.056,00	\$ 65.618,77	\$ 65.618,77	\$ 65.618,77	\$ 64.887,10	\$ 64.887,10	\$ 60.687,10	\$ 60.687,10	\$ 60.687,10	\$ 60.687,10	\$ 60.687,10
TOTAL ACTIVOS	\$ 110.423,80	\$ 140.316,26	\$ 144.732,69	\$ 149.501,92	\$ 154.939,97	\$ 160.473,16	\$ 168.169,32	\$ 171.803,67	\$ 175.581,35	\$ 179.507,67	\$ 183.588,14
PASIVO CORRIENTE											
Sobregiros bancarios											
Acreedores comerciales											
Intereses por pagar		\$ 1.430,15	\$ 1.172,96	\$ 886,01	\$ 565,85	\$ 208,64					
Imp. Ctas por pagar		\$ 1.570,36	\$ 2.482,42	\$ 3.479,84	\$ 4.824,06	\$ 6.410,92	\$ 7.754,74	\$ 8.372,58	\$ 9.147,48	\$ 9.981,82	\$ 10.848,92
Provisión para obligaciones por garantías											
Obligación a corto plazo por beneficios a empleados		\$ 4.602,73	\$ 5.675,74	\$ 6.849,17	\$ 8.175,94	\$ 9.576,11	\$ 10.761,83	\$ 11.306,98	\$ 11.873,63	\$ 12.462,58	\$ 13.074,65
TOTAL PASIVOS CORRIENTES		\$ 7.603,24	\$ 9.331,11	\$ 11.215,01	\$ 13.565,84	\$ 16.195,67	\$ 18.516,57	\$ 19.679,56	\$ 21.021,11	\$ 22.444,40	\$ 23.923,57
PASIVOS NO CORRIENTES											
Préstamos bancarios	\$ 14.000,00	\$ 11.777,43	\$ 9.297,67	\$ 6.530,95	\$ 3.444,08	-					
Obligaciones a largo plazo empleados											
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 14.000,00	\$ 11.777,43	\$ 9.297,67	\$ 6.530,95	\$ 3.444,08						
TOTAL DE PASIVOS	\$ 14.000,00	\$ 19.380,67	\$ 18.628,78	\$ 17.745,97	\$ 17.009,92	\$ 16.195,67	\$ 18.516,57	\$ 19.679,56	\$ 21.021,11	\$ 22.444,40	\$ 23.923,57
PATRIMONIO											
Capital social pagado	\$ 96.423,80	\$ 96.423,80	\$ 96.423,80	\$ 96.423,80	\$ 96.423,80	\$ 96.423,80	\$ 96.423,80	\$ 96.423,80	\$ 96.423,80	\$ 96.423,80	\$ 96.423,80
Utilidad Neta		\$ 24.511,79	\$ 29.680,11	\$ 35.332,15	\$ 41.506,25	\$ 47.853,69	\$ 53.228,95	\$ 55.700,31	\$ 58.136,44	\$ 60.639,47	\$ 63.240,77
TOTAL PATRIMONIO	\$ 96.423,80	\$ 120.935,59	\$ 126.103,91	\$ 131.755,95	\$ 137.930,05	\$ 144.277,49	\$ 149.652,75	\$ 152.124,11	\$ 154.560,24	\$ 157.063,27	\$ 159.664,57
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 110.423,80	\$ 140.316,26	\$ 144.732,69	\$ 149.501,92	\$ 154.939,97	\$ 160.473,16	\$ 168.169,32	\$ 171.803,67	\$ 175.581,35	\$ 179.507,67	\$ 183.588,14

Nota. El balance general proyectado a 10 años refleja la situación económica y financiera del depósito de huevos “Gicelita”.

Elaborado por: La autora. 2017

4.5.4. Indicadores para la toma de decisiones.

A continuación, se indica el cálculo y análisis de los indicadores financieros tales como: la Tasa Interna de Retorno (TIR), Tasa Única de Retorno (TUR) y el Valor Actual Neto (VAN), las cuales sirven para que el inversionista tome decisiones sobre si es factible continuar su desarrollo, es decir el inversionista analiza su rentabilidad y su período de recuperación de una futura inversión.

4.5.4.1. Tasa mínima aceptable de rendimiento.

La tasa de descuento del inversionista o Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) representa la menor rentabilidad que un inversionista espera obtener de un proyecto y para su cálculo se utiliza tres indicadores económicos: la tasa de interés pasiva con la cual se adquiere la obligación con la financiera, la inflación anual y el riesgo país, factor muy importante para las decisiones de un inversionista, datos obtenidos del Banco Central del Ecuador. Cabe mencionar que, se utilizó el Método del Costo Promedio Ponderado del Capital para su cálculo, tal como se muestra en la Tabla 76. El resultado se contrasta con los indicadores financieros, en especial con la Tasa Interna de Retorno para comprobar si es factible realizar el proyecto o rediseñar el mismo. La tasa de riesgo país es de 1,12. (BCE, 2018)

Tabla 76:

La tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR

	Tasa de Interés	Inflación	Riesgo país	TMAR (%)
TMAR Inversionista	5,32	1,19	1,12	7,63
TMAR Prestamista	11		0	11,00

Financiamiento	Aportación %	TMAR	Ponderación (%)
Inv. Privado	87,09	7,63	6,65
Institución Financiera	12,91	11,00	1,42
TASA DE DESCUENTO			8,07

Nota. El cálculo de la TMAR representa la menor rentabilidad que el inversionista espera obtener de un proyecto, en este caso, el depósito de huevos “Gicelita”.

Elaborado por: La autora. 2017

4.5.4.2. Análisis del VAN.

Tabla 77:

Análisis del VAN

AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO		
0	-\$ 96.423,80	Valor Actual Neto VAN	\$185.498,81
1	\$ 23.168,68	Tasa Ponderada del Proyecto	8,07%
2	\$ 27.918,85	Tasa Interna de Retorno TIR =	34,45%
3	\$ 33.107,93	Inversión	\$108.457,45
4	\$ 38.931,82		
5	\$ 44.642,02	Rentabilidad	171,03%
6	\$ 51.495,25	Valor Presente Flujos Positivos	281.922,61
7	\$ 53.675,86		
8	\$ 55.942,47	Valor Presente Flujos Negativos	96.423,80
9	\$ 58.298,26	Costo Beneficio	2,92378653
10	\$ 62.923,34		
BP	3,31		

Nota. El cálculo de la VAN determina la viabilidad de un proyecto, en este caso, el depósito de huevos “Gicelita”.

Elaborado por: La autora. 2017

El Valor Actual Neto del presente proyecto es \$ 185498,81 USD, este valor es el resultado de la sumatoria de los flujos netos actualizados a una tasa del 8,07% (Costo del capital, tomado en cuenta la inflación y el riesgo país), y a su vez descontado al valor de la inversión, los recursos propios del depósito de huevos “Gicelita”.

$VAN > 0$	El proyecto es viable
$\$185498,81 > 0$	Proyecto viable

4.5.4.3. Análisis de la TIR.

Para determinar si el proyecto es viable y atractivo para el inversionista, la TIR debe tener un valor superior a la Tasa Mínima Aceptable Rendimiento (TMAR). Se observa que, el valor de la Tasa Interna de Retorno (TIR) para este proyecto es de 34,45%, es decir, mayor a la Tasa Mínima Aceptable Rendimiento calculada en 8,07%. Por tanto, el proyecto es atractivo para el inversionista del depósito de huevos “Gicelita”.

4.5.4.4. Relación beneficio – costo.

La relación B/C debe ser mayor a 1, para que financieramente el proyecto sea viable, en este caso el proyecto del depósito de huevos “Gicelita” tiene una relación $B/C = 2,92$ cuyo resultado significa que los ingresos del proyecto son mayores que los egresos y cuantitativamente significa que por cada dólar invertido se recibe \$1,92 centavos como ganancia extra.

4.5.4.5. Período de recuperación de la inversión.

El período de recuperación de la inversión, es un instrumento que nos permite medir el tiempo que se requiere para que el flujo de fondos neto del proyecto recupere su costo o inversión inicial.

Tabla 78:
Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJO DE EFECTIVO ACUMULADO
0	-\$ 96.423,80	\$96.423,80
1	\$ 23.168,68	\$73.255,12
2	\$ 27.918,85	\$45.336,27
3	\$ 33.107,93	\$12.228,35
4	\$ 38.931,82	\$26.703,47
5	\$ 44.642,02	
6	\$ 51.495,25	
7	\$ 53.675,86	
8	\$ 55.942,47	
9	\$ 58.298,26	
10	\$ 62.923,34	
BP	3,31	Tres años 3 meses

Nota. El cálculo de la VAN determina la viabilidad de un proyecto, en este caso, el depósito de huevos “Gicelita”.

Elaborado por: La autora. 2017

Por tanto, el período de recuperación de la inversión será a los 3 años, 3 meses, período en el cual se recupera el capital de inversión de la propietaria del depósito de huevos “Gicelita”. Cabe mencionar que, aquel indicador se podría considerar como un índice cuantitativo muy aceptable y favorable para el desarrollo del proyecto, teniendo en cuenta que en el desarrollo del proyecto, los precios fluctúan de acuerdo a la demanda - oferta y las condiciones en que se desenvuelva la economía de nuestro país.

CONCLUSIONES

La aplicación de la presente propuesta del Plan de negocios para la distribuidora Giselita” contribuirá a fortalecer los procesos de distribución y comercialización del producto en los diferentes segmentos del mercado. Así como implantar la marca en la memoria de los consumidores para lograr su fidelidad en el consumo de producto. Todo en función de llevar una actividad económica eficiente y capaz de alcanzar las metas y objetivos propuestos.

- El depósito de huevos “Gicelita”, tiene personal multifuncional para el desempeño de la actividades diarias, lo que le limita a establecer procedimientos y definir funciones a sus trabajadores, es decir carece de una estructura organizacional, para lo cual se definió un organigrama de carácter funcional mismo que estará precedido por el gerente propietario, contador, vendedor y chofer, definiendo los cargos a ser ocupados en el negocio.
- Al ser el personal multifuncional son juez y parte a la vez de cada proceso no existe control interno del manejo del producto en la comercialización. Sin lugar a duda esto produce pérdidas significativas que afectan la inversión del propietario.
- A la presente fecha las instalaciones están adecuadas únicamente para almacenamiento del producto no existe un área para administrativa ni específica de ventas con sus respectivos funcionarios.
- Luego de haber realizado el estudio de mercado se deduce que el proyecto es totalmente factible, existen ofertantes varios ofertantes del producto pero los consumidores esperan obtener en un mismo producto calidad y precios cómodos. El proyecto del depósito de huevos “Gicelita” entrará al mercado con 172.132 cubetas de huevos de gallina para el primer año y progresivamente aumentará su cantidad, manteniendo la fidelidad el cliente. Se considera la merma del 1% por la manipulación del producto y transporte.

- El tamaño óptimo del proyecto estará dado por la capacidad instalada que es de 210.600 cubetas y la capacidad utilizada es el 88,9%, es decir, 187.200 cubetas.
- El depósito de huevos “Gicelita” no cuenta con un sistema contable acorde a las necesidades del negocio que le permita extraer información tributaria (ingresos y egresos), contable (estados de situación financiera y de resultados), información necesaria requerida para facilitar la toma de decisiones.
- El negocio va en busca de posesionarse en el mercado para ello buscará el asesoramiento adecuado publicitario.
- En el flujo de caja para un período de 10 años, con una inversión inicial de \$110.423,80, el proyecto es rentable porque tiene una Tasa Interna de retorno (TIR) del 34,45%, un período de recuperación de 3 años y 3 meses, siendo un índice aceptable para el presente proyecto dado la coyuntura actual en que se desenvuelve la economía de nuestro país. Además, un VAN de \$ \$185.498,81 USD, indicadores que demuestran ser económicamente factible la ejecución del proyecto.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar el presente proyecto en el depósito de huevos “Gicelita” para dar solución a los problemas de comercialización.
- Adecuar las instalaciones internas para establecer las diferentes áreas de apoyo administrativa y de ventas con sus respectivos funcionarios comprometidos con el control interno del negocio, mismos que deben contar con conocimientos, actitudes positivas y capacitación constate.
- Adquirir un sistema contable adecuado para registro y control de todas las transacciones del negocio esto ayudará a obtener información para la toma de decisiones.
- Es importante mantener estudios actualizados de mercado que permitan cuantificar la demanda y diseñar estrategias de comercialización que permitan competir con calidad y precios del producto.
- Es importante elaborar los parámetros financieros como el: VAN, TIR, TUR y PRI, considerando factores importantes para su cálculo como son el riesgo país, tasas de interés, inflación anual, en el caso de ser financiada la inversión, cuotas de pago.

BIBLIOGRAFÍA

- Alfaomega Grupo Editor S.A. de C.V. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica*. Madrid: ESIC Editorial.
- Baca, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. México: McGRAW-HILL.
- Bravo, M. (2013). *Contabilidad General*. Quito: Escobar Impresores.
- Celaya, R. (2013). *CONTABILIDAD BÁSICA - Un enfoque basado en competencias*. México: Cengage Learning Editores S.A.
- Ecuador Inmediato: El periódico instantáneo del Ecuador*. (Junio de 2017). Obtenido de El periódico instantáneo del Ecuador: http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=159744
- Florez, J. (2015). *Proyectos de Inversión para las Pyme*. Bogota: Ecoe Ediciones Ltda.
- Fundación El Contador. (Junio de 2016). *KVA: Fundación El Contador*. Obtenido de Fundación El Contador: <http://www.kva.com.ec/contador.php?c=1246>
- Global Contable: NIIF para las PYMES*. (Abril de 2016). Obtenido de NIIF para las Pymes: <http://www.nicniif.org/home/normas/niif-para-las-pymes.html>
- Guía Rápida de las NIIF 2016: Nuestro sitio web Ias Plus*. (Enero de 2016). Obtenido de Nuestro sitio web Ias Plus: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cr/Documents/audit/documentos/160817-Guia-rapida-NIIF-2016.pdf>
- Innovación y Cualificación S.L. y Target Asesores S.L. (2014). *Gestión ambiental en la empresa*. Bogota: Ediciones de la U.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC 2016*. (Diciembre de 2016). Obtenido de Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC 2016:

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2016/Informe%20ejecutivo%20ESPAC_2016.pdf

Mantilla, S. (2013). *Auditoria del Control Interno*. Bogota: Ecoe Ediciones.

Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad: Superintendencia de Compañías y Valores. (Junio de 2017). Obtenido de Superintendencia de Compañías y Valores: <http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>

Ministerio del Trabajo. (01 de 07 de 2017). Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/>

Molina, A. (2012). *Contabilidad de Costos*. México: McGRAW-HILL.

Prieto, C. (2014). *Emprendimiento: Conceptos y plan de negocios*. Mexico: Pearson Educación de Mexico S.A.

Revista El Agro: *Análisis de la Avicultura en Ecuador*. (Diciembre de 2016). Obtenido de Análisis de la Avicultura en Ecuador: <http://www.revistaelagro.com/analisis-de-la-avicultura-en-ecuador/>

Revista El Agro: *El huevo como alimento nutricional*. (Diciembre de 2016). Obtenido de El huevo como alimento nutricional: <http://www.revistaelagro.com/el-huevo-como-alimento-nutricional/>

Santillana, J. (2015). *Sistemas de Control Interno*. Mexico: Pearson Educación de México S.A.

SRI. (12 de Junio de 2017). Obtenido de Servicio de Rentas Internas SRI: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/detalle-de-obligaciones-por-contribuyente>

Warren, C., Reeve, J., & Duchac, J. (2016). *Contabilidad Financiera*. Mexico: Cengage Learning Editores S.A.

ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta dirigida a comerciantes de huevos de gallina



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA "PUCE-SI"
ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL "ENCI"
INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA
ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES DE HUEVOS DE GALLINA

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como objetivo recoger información acerca de la comercialización de huevos de gallina para diseñar un plan de negocios con fines académicos, por lo cual solicito de la manera más comedida, proporcione información precisa y veraz.

INSTRUCCIONES: Por favor, señale con una X solamente una alternativa en las opciones de cada pregunta.

DATOS INFORMATIVOS:

Cantón		Parroquia	
Edad		Género	

CUESTIONARIO

1.- ¿Actualmente, en su negocio comercializa usted huevos de gallina?

Si ☐ No ☐ Si su respuesta es NO, Fin de la encuesta.

2.- ¿Con qué frecuencia compra usted huevos de gallina?

Diario ☐ Semanal ☐ Quincenal ☐ Mensual ☐

3.- ¿Cuántas cubetas de huevos, generalmente compra usted cada mes?

Menos de 30 cubetas ☐ 31 - 75 cubetas ☐ 76 - 100 cubetas ☐ De 101 - 150 cubetas ☐ Más de 150 cubetas ☐

4.- ¿Usualmente, a qué precio compra usted cada cubeta de huevos?

De \$2,50 a \$3,00 ☐ De \$3,01 a \$3,80 ☐ Mas de \$3,80 ☐

5.- ¿Generalmente, usted a quién vende los huevos de gallina?

Mercado Local ☐ Intermediario ☐ Consumidor final ☐

6.- ¿Habitualmente, en qué presentación comercializa usted los huevos?

Por unidad ☐ Por cubeta ☐

7.- ¿Qué aspectos toma en cuenta usted, al momento de adquirir huevos de gallina?

Precio ☐ Tamaño ☐ Calidad ☐ Forma de pago ☐

8.- ¿De qué manera le entrega el proveedor a usted las cubetas de huevos?

Directamente en su local ☐ Se acerca usted al proveedor ☐

9.- ¿Cómo califica usted, el servicio que le brinda su actual proveedor?

Muy Bueno ☐ Bueno ☐ Regular ☐ Malo ☐

10.- ¿Su proveedor actual realiza la provisión de huevos, con la frecuencia que usted necesita?

Siempre ☐ Casi siempre ☐ Rara vez ☐ Nunca ☐

11.- ¿Cuál es la forma de pago que utiliza con sus proveedores?

Efectivo ☐ Crédito directo ☐ Tarjeta de crédito ☐

12.- ¿A través de qué medio de comunicación, le gustaría conocer la oferta de huevos de gallina?

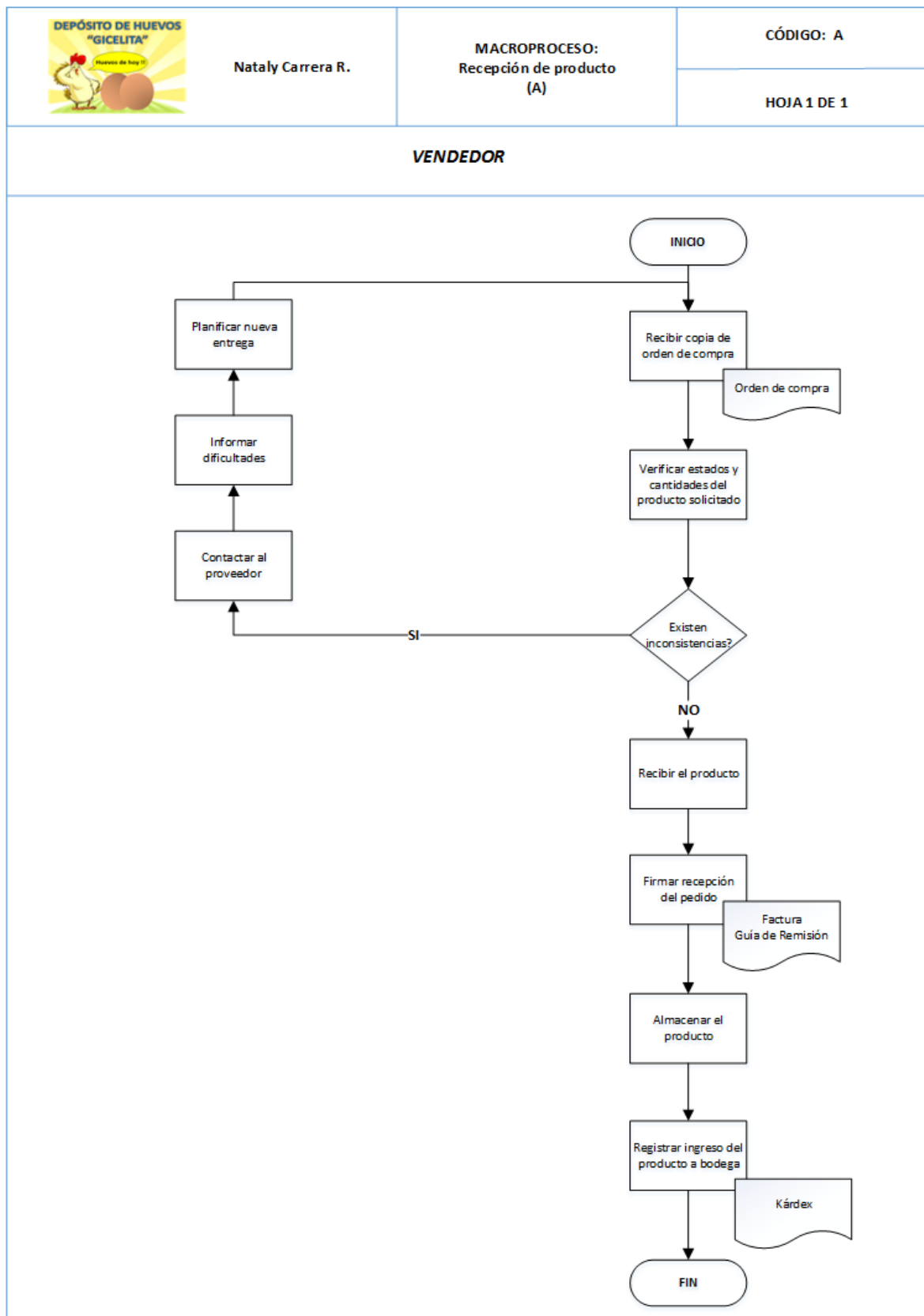
Redes Sociales ☐ Prensa escrita ☐ Material Impreso ☐

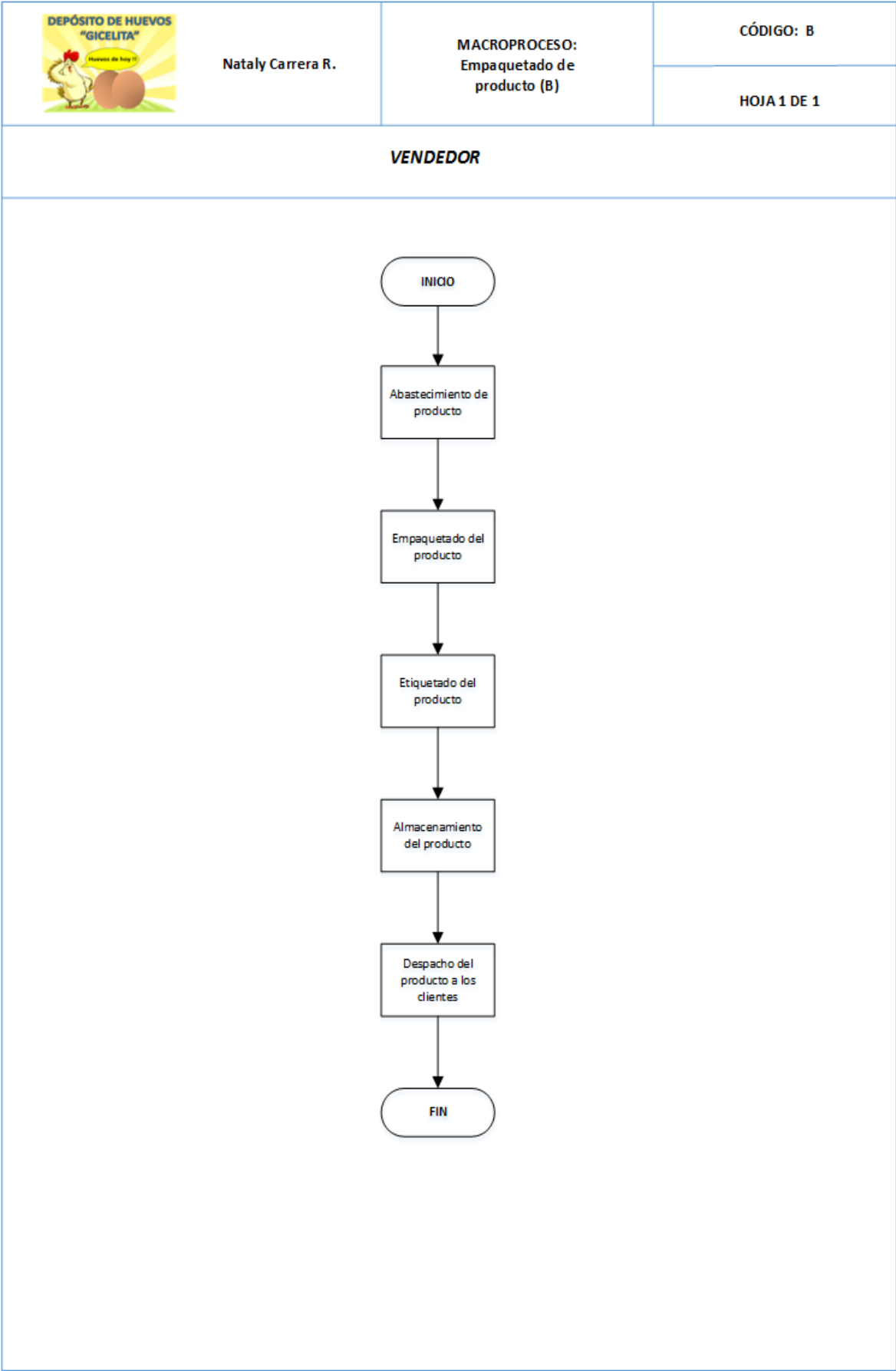
13.- ¿Le gustaría, que un proveedor visite su local para ofertar huevos de gallina?

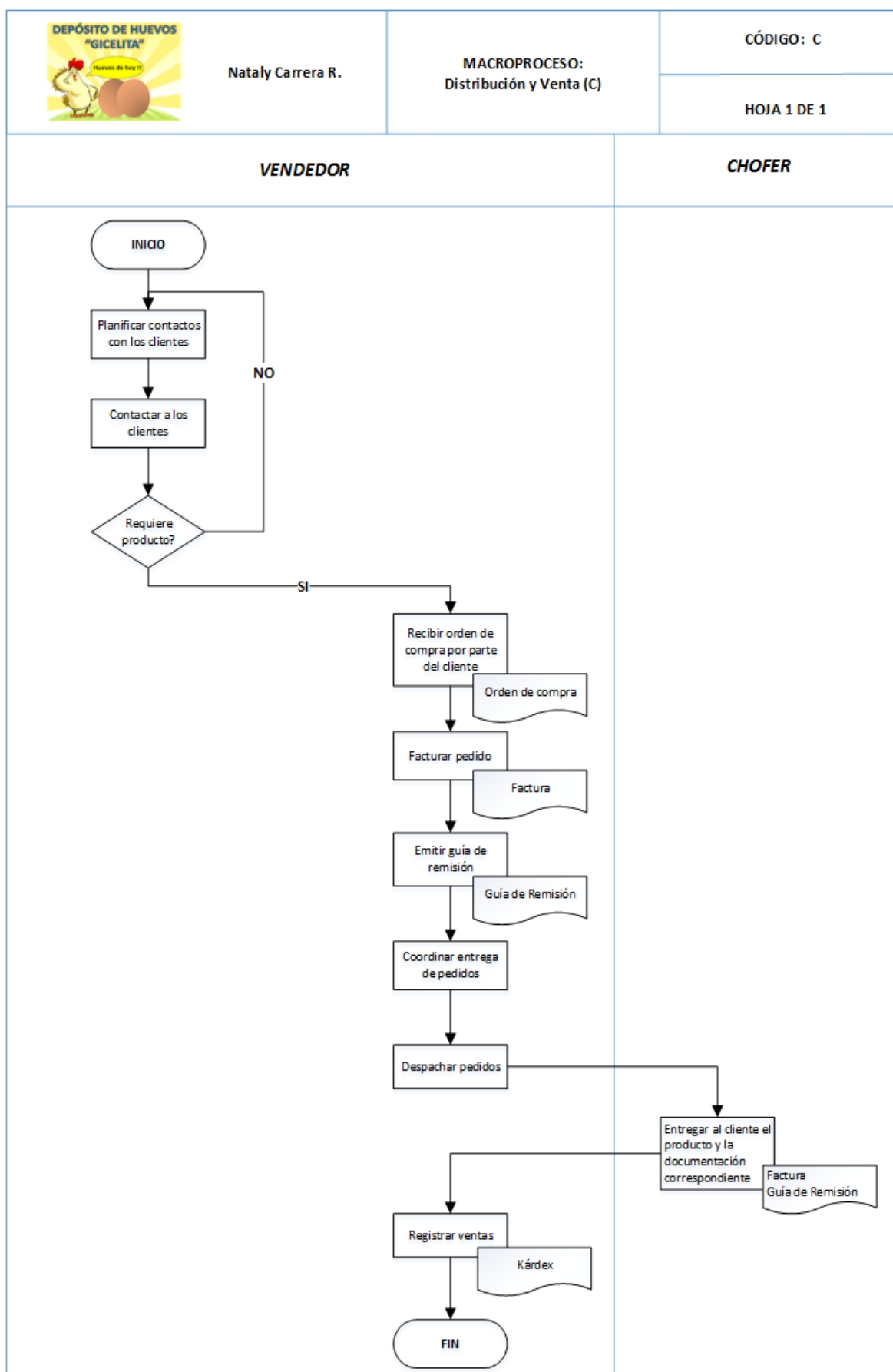
Si ☐ No ☐

Gracias por su colaboración.

Anexo 2. Diagramas de flujo







Anexo 3. Tabla de amortización

Período Año	Período Mes	Abono a capital	Pago interés	Cuota	Saldo	Interés Anual	Capital Anual
	0				\$ 14.000,00		
Año 1	1	(\$ 176,06)	\$ 128,33	(\$ 304,39)	\$ 13.823,94		
	2	(\$ 177,67)	\$ 126,72	(\$ 304,39)	\$ 13.646,26		
	3	(\$ 179,30)	\$ 125,09	(\$ 304,39)	\$ 13.466,96		
	4	(\$ 180,95)	\$ 123,45	(\$ 304,39)	\$ 13.286,01		
	5	(\$ 182,61)	\$ 121,79	(\$ 304,39)	\$ 13.103,41		
	6	(\$ 184,28)	\$ 120,11	(\$ 304,39)	\$ 12.919,13		
	7	(\$ 185,97)	\$ 118,42	(\$ 304,39)	\$ 12.733,16		
	8	(\$ 187,67)	\$ 116,72	(\$ 304,39)	\$ 12.545,49		
	9	(\$ 189,39)	\$ 115,00	(\$ 304,39)	\$ 12.356,09		
	10	(\$ 191,13)	\$ 113,26	(\$ 304,39)	\$ 12.164,96		
	11	(\$ 192,88)	\$ 111,51	(\$ 304,39)	\$ 11.972,08		
	12	(\$ 194,65)	\$ 109,74	(\$ 304,39)	\$ 11.777,43	\$ 1.430,15	(\$ 2.222,57)
Año 2	13	(\$ 196,43)	\$ 107,96	(\$ 304,39)	\$ 11.581,00		
	14	(\$ 198,24)	\$ 106,16	(\$ 304,39)	\$ 11.382,76		
	15	(\$ 200,05)	\$ 104,34	(\$ 304,39)	\$ 11.182,71		
	16	(\$ 201,89)	\$ 102,51	(\$ 304,39)	\$ 10.980,82		
	17	(\$ 203,74)	\$ 100,66	(\$ 304,39)	\$ 10.777,09		
	18	(\$ 205,60)	\$ 98,79	(\$ 304,39)	\$ 10.571,48		
	19	(\$ 207,49)	\$ 96,90	(\$ 304,39)	\$ 10.363,99		
	20	(\$ 209,39)	\$ 95,00	(\$ 304,39)	\$ 10.154,60		
	21	(\$ 211,31)	\$ 93,08	(\$ 304,39)	\$ 9.943,29		
	22	(\$ 213,25)	\$ 91,15	(\$ 304,39)	\$ 9.730,04		
	23	(\$ 215,20)	\$ 89,19	(\$ 304,39)	\$ 9.514,84		
	24	(\$ 217,17)	\$ 87,22	(\$ 304,39)	\$ 9.297,67	\$ 1.172,96	(\$ 2.479,76)
Año 3	25	(\$ 219,17)	\$ 85,23	(\$ 304,39)	\$ 9.078,50		
	26	(\$ 221,17)	\$ 83,22	(\$ 304,39)	\$ 8.857,33		
	27	(\$ 223,20)	\$ 81,19	(\$ 304,39)	\$ 8.634,13		
	28	(\$ 225,25)	\$ 79,15	(\$ 304,39)	\$ 8.408,88		
	29	(\$ 227,31)	\$ 77,08	(\$ 304,39)	\$ 8.181,57		
	30	(\$ 229,40)	\$ 75,00	(\$ 304,39)	\$ 7.952,17		
	31	(\$ 231,50)	\$ 72,89	(\$ 304,39)	\$ 7.720,67		
	32	(\$ 233,62)	\$ 70,77	(\$ 304,39)	\$ 7.487,05		
	33	(\$ 235,76)	\$ 68,63	(\$ 304,39)	\$ 7.251,29		
	34	(\$ 237,92)	\$ 66,47	(\$ 304,39)	\$ 7.013,36		
	35	(\$ 240,10)	\$ 64,29	(\$ 304,39)	\$ 6.773,26		
	36	(\$ 242,31)	\$ 62,09	(\$ 304,39)	\$ 6.530,95	\$ 886,01	(\$ 2.766,71)
Año 4	37	(\$ 244,53)	\$ 59,87	(\$ 304,39)	\$ 6.286,43		

	38	(\$ 246,77)	\$ 57,63	(\$ 304,39)	\$ 6.039,66		
	39	(\$ 249,03)	\$ 55,36	(\$ 304,39)	\$ 5.790,63		
	40	(\$ 251,31)	\$ 53,08	(\$ 304,39)	\$ 5.539,31		
	41	(\$ 253,62)	\$ 50,78	(\$ 304,39)	\$ 5.285,70		
	42	(\$ 255,94)	\$ 48,45	(\$ 304,39)	\$ 5.029,76		
	43	(\$ 258,29)	\$ 46,11	(\$ 304,39)	\$ 4.771,47		
	44	(\$ 260,66)	\$ 43,74	(\$ 304,39)	\$ 4.510,81		
	45	(\$ 263,04)	\$ 41,35	(\$ 304,39)	\$ 4.247,77		
	46	(\$ 265,46)	\$ 38,94	(\$ 304,39)	\$ 3.982,31		
	47	(\$ 267,89)	\$ 36,50	(\$ 304,39)	\$ 3.714,42		
	48	(\$ 270,34)	\$ 34,05	(\$ 304,39)	\$ 3.444,08	\$ 565,85	(\$ 3.086,87)
Año 5	49	(\$ 272,82)	\$ 31,57	(\$ 304,39)	\$ 3.171,26		
	50	(\$ 275,32)	\$ 29,07	(\$ 304,39)	\$ 2.895,93		
	51	(\$ 277,85)	\$ 26,55	(\$ 304,39)	\$ 2.618,09		
	52	(\$ 280,39)	\$ 24,00	(\$ 304,39)	\$ 2.337,69		
	53	(\$ 282,96)	\$ 21,43	(\$ 304,39)	\$ 2.054,73		
	54	(\$ 285,56)	\$ 18,83	(\$ 304,39)	\$ 1.769,17		
	55	(\$ 288,18)	\$ 16,22	(\$ 304,39)	\$ 1.480,99		
	56	(\$ 290,82)	\$ 13,58	(\$ 304,39)	\$ 1.190,17		
	57	(\$ 293,48)	\$ 10,91	(\$ 304,39)	\$ 896,69		
	58	(\$ 296,17)	\$ 8,22	(\$ 304,39)	\$ 600,52		
	59	(\$ 298,89)	\$ 5,50	(\$ 304,39)	\$ 301,63		
	60	(\$ 301,63)	\$ 2,76	(\$ 304,39)	\$ 0,00	\$ 208,64	(\$ 3.444,08)
PAGO AL FINAL		(\$ 14.000,00)	\$ 4.263,60				

Anexo 4. Anteproyecto



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA “PUCE-SI”

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL “ENCI”

PLAN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL DEPÓSITO DE HUEVOS GICELITA EN LA CIUDAD EL ÁNGEL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Gestión Contable, Financiera y Tributaria E.2

AUTORA: Nataly Elizabeth Carrera Ramírez

IBARRA, AGOSTO 2016

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Pág.
PORTADA.....	1
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	2
1. NOMBRE DEL PROYECTO.....	3
2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES)...	3
3. JUSTIFICACIÓN.....	6
4. OBJETIVOS.....	7
4.1 OBJETIVO GENERAL.....	7
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	7
5.1 ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	9
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	9
CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.....	10
CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO.....	11
CAPÍTULO IV: PROPUESTA.....	12
6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA.....	14
6.1 MÉTODOS.....	14
6.2 TÉCNICAS.....	16
6.3 INSTRUMENTOS.....	16
6.4 MATRIZ DE RELACIÓN.....	17
7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	18
8. RECURSOS.....	19
8.1 FINANCIAMIENTO.....	20
9. FUENTES DE INFORMACIÓN.....	20

1. NOMBRE DEL PROYECTO

PLAN DE NEGOCIOS PARA EL DEPÓSITO DE HUEVOS GICELITA EN LA CIUDAD EL ÁNGEL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI.

2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES)

La distribuidora de huevos “Gicelita” es una pequeña empresa con dos trabajadores, la cual está obligada a llevar contabilidad, y se encuentra ubicada en la Provincia del Carchi, cantón Espejo, Ciudad El Ángel en la calle Bolívar 04-44 y panamericana norte, se dedica a la distribución de huevos al por menor en la provincia del Carchi, específicamente en los cantones Espejo, Bolívar y Montufar, según la propietaria de la empresa, fue creada hace 9 años, éste depósito trabaja con un solo proveedor, “Grupo casa grande” Contribuyente Especial perteneciente al Sr. CHAVEZ ZUÑIGA SALOM IVAN, la cual está ubicada en el km 6 vía al puyo, ésta empresa brinda un crédito a distribuidora “Giselita” por ser cliente fijo y antiguo; distribuidora “Gicelita” realiza dos pedidos semanalmente por un total de \$ 5129,00 cada pedido aproximadamente.

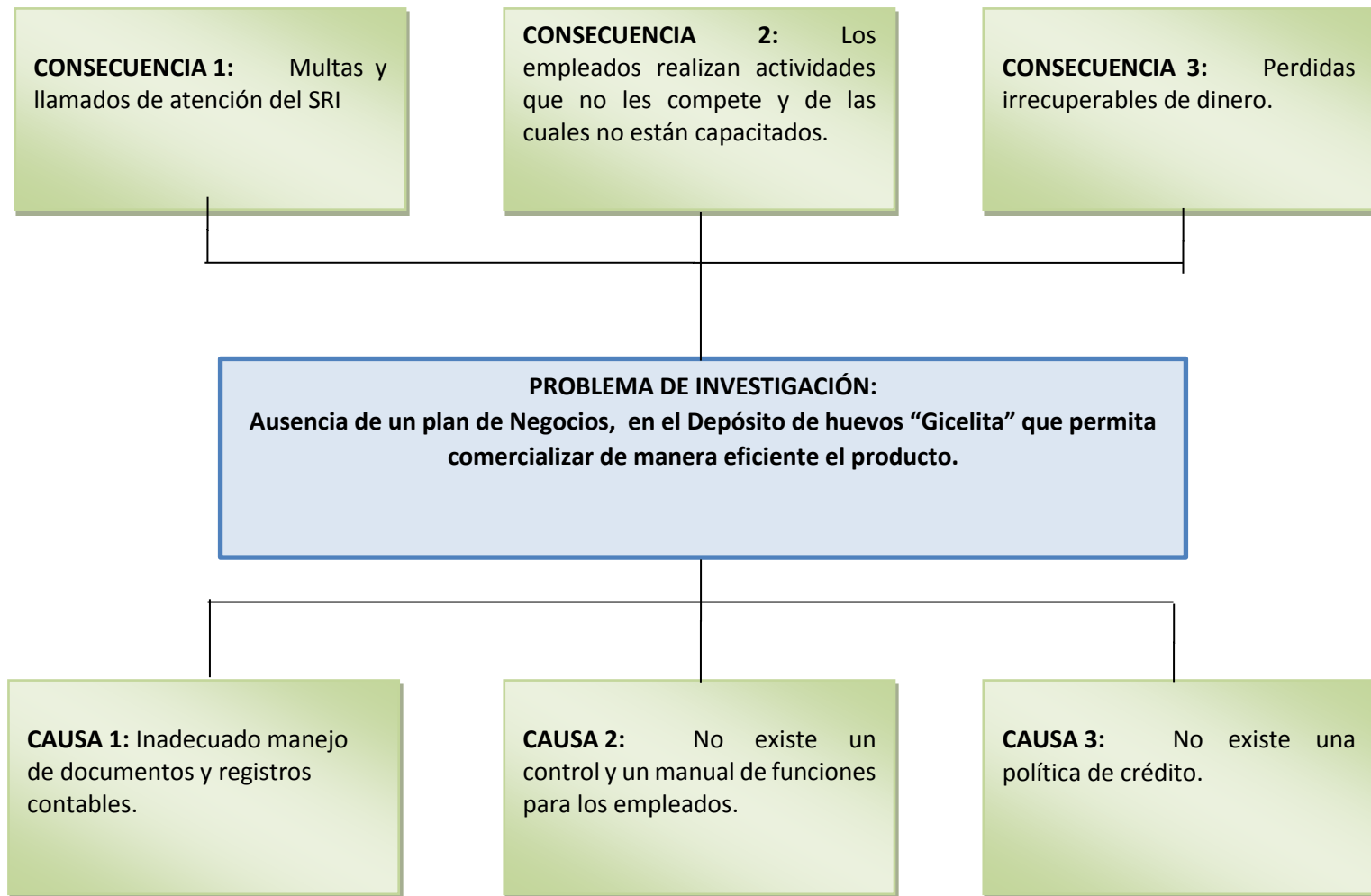
Según una visita preliminar se pudo observar que ésta empresa no posee una adecuada imagen corporativa ni un eslogan que beneficie la fácil identificación de sus clientes, no cuenta con un plan estratégico lo que perjudica su avance y su control ya que no existe una visión ni un objetivo específico, tampoco existen normas ni políticas internas para una adecuada administración.

En cuanto a su parte administrativa, la propietaria manifiesta que no ha contratado profesionales que se dediquen a cada área para el manejo adecuado de la empresa, ya que el vendedor es el único encargado de las cobranzas y reparto del producto a quien no se le realiza un control continuo, en cuanto al inventario del producto y al precio que ofrece, no existe una base de datos de los clientes ni un adecuado manejo de las cuentas por cobrar lo que ha ocasionado pérdidas en las ventas.

Según la administradora, los clientes que tiene esta empresa son aproximadamente 150, de los cuales un 80% son tiendas, y un 20% micro mercados, a quienes se le facilita un crédito cuando son fijos y antiguos, este es otro de los problemas que presenta la empresa ya que brinda mucho crédito a sus clientes y no se maneja con una política de crédito.

En cuanto a los competidores existen muchos ya que Indaves, Incubandina S.A., Huevo el Oro, y muchas más empresas grandes están buscando una posición en el mercado, pero sus desventajas son en algunas la calidad del producto y en otras los precios elevados. Depósito de huevos “Gicelita” tiene una desventaja en cuanto a la variación de los precios, el producto que maneja es un producto que tiende a la alza y a la baja en tiempos cortos, esto desfavorece en cuanto a la competitividad en el mercado, otra de las desventajas es que solo trabaja con un solo proveedor el cual no tiene competidores y vende este producto a precios un poco elevados pero el producto que manejan es de buena calidad lo que hace que el mercado lo prefiera.

El patrocinio de este tema se ha dado por la necesidad de adopción de un plan de negocios y una implementación de un sistema adecuado en el manejo de la contabilidad de esta empresa, ya que existe mal manejo contable y no existe una visión hacia el futuro para el crecimiento de la misma, las causas que ocasiona este problema es el desconocimiento por parte de la administradora, falta de control interno, inadecuado cálculo en los costos de la adquisición del producto, sus consecuencias, son llamados de atención por parte del SRI, pérdidas económicas irre recuperables, mal manejo de costos para las ventas.



3. JUSTIFICACIÓN

En la ciudad de El Ángel de acuerdo a las estadísticas es el único depósito de huevos que existe a nivel local lo cual beneficia a la economía, incrementando fuentes de trabajo ya que es una ciudad pequeña según datos de la Asociación de Municipalidades del Ecuador, (AME 2016), la población del cantón espejo es de 13.364 habitantes la cual es muy visitada por turistas debido a la riquezas de la región como son sus reservas naturales, ya que son únicas en el mundo.

El proyecto a realizarse es para potenciar la economía a nivel local y provincial ya que el producto que se distribuye es de primera necesidad y se tiene una canalización con tres cantones de la provincia del Carchi, especialmente en las zonas rurales donde no es muy frecuente la comercialización y no existe un fácil acceso a las zonas pobladas.

El proyecto propuesto es de vital importancia para esta empresa, el propósito de éste es una eficiente y eficaz organización contable, para recolectar información importante y así poder realizar una correcta toma de decisiones implementando políticas, y normas para cumplirlas a cabalidad.

Los principales beneficiarios de este proyecto será el propietario, ya que podrá acceder a una correcta y confiable información contable lo que llevará a tener una visión y una adecuada toma de decisiones en cuanto a su inversión. Los beneficiarios indirectos son los clientes y posibles consumidores ya que tendrán una atención efectiva, lo que permitirá ofrecer una mercadería a costos apropiados y acordes a la competencia, también se les beneficiará con una política de crédito a la cual se le realizará un seguimiento continuo. Finalmente los proveedores, en cuanto al cumplimiento acordado del pago de los créditos lo cual mejorará su relación y un cumplimiento en los pedidos acordados.

El interés por este tema de implementar un plan de negocios, es para tener una visión y objetivos bien identificados, lo cual lleva a un desarrollo y adecuado manejo de los recursos

que posee la empresa para una correcta toma de decisiones, así a la vez fomentar la economía a nivel local y provincial fomentando una cultura y abriendo plazas de trabajo.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un Plan de Negocios para la distribuidora de huevos “Gicelita”, en la ciudad de El Ángel, Cantón Espejo, Provincia del Carchi.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico técnico de la situacional contable y control interno del depósito de huevos “Gicelita”.
- Identificar los procedimientos de registro y control contable que lleva la empresa.
- Determinar la estructura organizacional y funcional del depósito de huevos “Gicelita”.
- Establecer los procesos de comercialización que emplea la empresa.
- Realizar un estudio de mercado para determinar el nivel de la oferta, demanda, precio y comercialización del producto.
- Diseñar la propuesta del plan de Negocios para el depósito de huevos “Gicelita”.

5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto, Plan de Negocios para la distribuidora de huevos “Gicelita” en la ciudad de El Ángel, se estructura en los siguientes componentes:

El capítulo uno se relaciona con los fundamentos teóricos – científicos, el mismo que se realizará a través de la investigación bibliográfica y documental, que será obtenida de fuentes secundarias actualizadas y que harán referencia a contenidos científicos que avalen el diseño

de la propuesta del plan de negocios; los contenidos estarán relacionados con la contabilidad, distribución del producto, el plan de mercadeo, análisis técnico operativo, la organización administrativa, económica y financiera.

El segundo capítulo hace referencia a la realización de un diagnóstico técnico situacional del depósito de huevos, en cuanto a su organización, recursos humanos, formas de comercialización y distribución del producto, determinando sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, que se realizará a través de una investigación de campo, tanto en el medio interno como en el medio externo. La información que se obtenga a través de la aplicación de entrevistas y encuestas a los involucrados, será de vital importancia en el diseño de la propuesta.

En el capítulo tres, estudio de mercado, se desarrollará la investigación de mercados, la cual permitirá tener información actualizada y veraz de la oferta y demanda del producto, de tal manera que se llegue al posicionamiento del producto en nuevos mercados, a través del diseño de estrategias de promoción y publicidad.

El cuarto capítulo, se refiere a la Propuesta técnica “Plan de negocios para la distribuidora Giselita”, con el propósito de fortalecer los procesos de distribución y comercialización del producto en los diferentes segmentos del mercado. El plan de negocios comprende un análisis de la empresa, la definición de la estructura organizativa y funcional, un plan de mercadeo, el análisis técnico operativo, el análisis económico financiero y legal.

5.1. ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I:

MARCO TEÓRICO

- 1.1. La Contabilidad
 - 1.1.1 Definición
 - 1.1.2 Importancia
 - 1.1.3 Clasificación
 - 1.1.4 Principios de Contabilidad Generalmente aceptados
 - 1.1.5 Normas Ecuatorianas de Contabilidad
 - 1.1.6 Normas Internacionales de Información Financiera
- 1.2. Plan de Cuentas
- 1.3. Ciclo Contable
- 1.4. Control Interno
 - 1.4.1 Definición
 - 1.4.2 Importancia
 - 1.4.3 Principios
- 1.5. Análisis económico financiero
 - 1.5.1. Inversión en activos fijos
 - 1.5.2. Inversión en capital de trabajo
 - 1.5.3. Presupuesto de ingresos
 - 1.5.4. Análisis de costos
 - 1.5.5. Presupuesto de personal
 - 1.5.6. Análisis de riesgos financieros
- 1.6. La agroindustria en el Ecuador
 - 1.6.1. Producción y comercialización de huevo en Ecuador
 - 1.6.2. Granjas productoras de huevo
 - 1.6.3. Canales de comercialización
- 1.7. Plan de negocios
 - 1.7.1. Importancia del plan de negocios
 - 1.7.2. Componentes del plan de negocios
- 1.8. Análisis del mercado

- 1.8.1. El sector
- 1.8.2. El mercado propiamente dicho
 - 1.8.2.1. Producto
 - 1.8.2.2. Clientes
 - 1.8.2.3. Competencia
- 1.8.3. Plan de mercadeo
 - 1.8.3.1. Estrategia de precios
 - 1.8.3.2. Estrategia de ventas
 - 1.8.3.3. Estrategia de promoción
 - 1.8.3.4. Políticas de servicios
 - 1.8.3.5. Estrategias de negociación
- 1.9. Análisis técnico y operativo
 - 1.9.1. Análisis del producto
 - 1.9.2. Instalaciones físicas
 - 1.9.3. Equipos
 - 1.9.4. Sistemas de control
- 1.10. Análisis administrativo
 - 1.10.1. Estructura del grupo empresarial
 - 1.10.2. Estructura de la organización
 - 1.10.3. Contratación y desarrollo del personal
- 1.11. Análisis legal y social
 - 1.11.1. Aspectos legales
 - 1.11.2. Análisis ambiental
 - 1.11.3. Análisis social

CAPÍTULO II:

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

- 2.1 Antecedentes diagnósticos
- 2.2 Objetivos diagnósticos
- 2.3 Variables diagnósticas
- 2.4 Indicadores
- 2.5 Matriz de relación

- 2.6 Mecánica operativa
 - 2.6.1 Población o universo
 - 2.6.2 Muestra
 - 2.6.3 Información primaria
 - Entrevistas
 - Encuestas
 - 2.6.4 Información secundaria
- 2.7 Tabulación y análisis de la información
 - 2.7.1 Encuestas aplicadas a los pequeños negocios
 - 2.7.2 Entrevistas realizadas a los proveedores
- 2.8 Matriz FODA
- 2.9 Estrategias FA, FO, DO, DA
- 2.10 Determinación del problema diagnóstico.

CAPITULO III:

ESTUDIO DE MERCADO

- 3.1 Introducción
- 3.2 Objetivos del estudio de mercado
- 3.3 Matriz de relación del estudio de mercado
- 3.4 Descripción del producto
- 3.5 Área del mercado población
- 3.6 Comportamiento de la demanda
- 3.7 Análisis y proyección de la demanda
- 3.8 Comportamiento de la oferta
- 3.9 Análisis y proyección de la oferta
- 3.10 Determinación de los precios del producto
- 3.11 Balance oferta demanda
- 3.12 Conclusiones

CAPITULO IV:

PROPUESTA

- 4.1 Propuesta Administrativa

- 4.1.1 Denominación de la empresa
 - 4.1.1.1 Tipo de empresa
 - 4.1.1.2 Nombre
 - 4.1.1.3 Logotipo
 - 4.1.1.4 Eslogan
- 4.1.2 Elementos estratégicos
 - 4.1.2.1 Misión
 - 4.1.2.2 Visión
 - 4.1.2.3 Objetivos organizacionales
 - 4.1.2.4 Políticas Organizacionales Valores Corporativos
- 4.1.3 Organigrama estructural
- 4.1.4 Estructura organizacional de la empresa
- 4.1.5 Manual de Funciones para la Distribuidora de huevos “Giselita”
- 4.1.6 Código de ética
- 4.1.7 Requisitos legales de funcionamiento
- 4.2 Propuesta Técnica
 - 4.2.1 Ubicación de la empresa
 - 4.2.2 Definición del proceso
 - 4.2.2.1 Proceso de logística del producto
 - 4.2.3 Infraestructura
 - 4.2.4 Ingeniería del Proyecto
 - 4.2.5 Tecnología
 - 4.2.5.1 Equipos a utilizar
- 4.3 Propuesta Comercial
 - 4.3.1 Plan comercial para distribuidora de huevos “Giselita”
 - 4.3.1.1 Objetivos
 - 4.3.1.2 Estrategias
 - 4.3.2 Plan de acción
 - 4.3.3 Publicidad
 - 4.3.4 Cronograma de ejecución del plan comercial
 - 4.3.5 Presupuesto
 - 4.3.6 Control

- 4.3.7 Análisis de comercialización
- 4.3.8 Proceso de adquisición y comercialización del producto
- 4.3.9 Estrategias de precios
 - 4.3.9.1 Variables para la fijación de precios
 - 4.3.9.2 Determinación del precio
- 4.3.10 Estrategias de promoción
- 4.3.11 Estrategias de los productos
- 4.3.12 Estrategias de ventas
- 4.3.13 Estrategias de negociación
- 4.3. 14 Políticas de servicios
- 4.4 Propuesta Contable Financiera
 - 4.4.1 Elaboración del Plan de Cuentas
 - 4.4.1.1 Catálogo de Cuentas
 - 4.4.1.2 Descripción del Catálogo de Cuentas
 - 4.4.2 Diseño de documentos
 - 4.4.3 Aplicación práctica del Ciclo Contable
 - 4.4.3.1 Libro Diario
 - 4.4.3.2 Libro Mayor
 - 4.4.3.3 Balances
 - 4.4.3.4 Estados Financieros
 - 4.4.4 Elaboración y propuesta de control interno
 - 4.4.4.1 Control Interno Contable
 - 4.4.4.2 Control Interno de Caja
 - 4.4.4.3 Control Interno de Cuentas por Cobrar
 - 4.4.4.4 Control Interno de Cuentas por Pagar
 - 4.4.5 Inversión
 - 4.4.5.1 Depreciación de activos
 - 4.4.5.2 Detalle de activos en inversión
 - 4.4.5.3 Detalle de amortización y depreciación de inversión de activos
 - 4.4.6 Financiamiento
 - 4.4.7 Proyección de ingresos
 - 4.4.8 Proyección de egresos

4.4.9 Proyección de costos y gastos operacionales

4.4.10 Estados financieros proyectados

4.4.11 Índices financieros

4.4.11.1 Análisis del estudio financiero

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA

El desarrollo del proceso investigativo se lo realizará mediante la utilización de métodos y técnicas de la investigación científica que serán utilizados en cada una de las etapas de la investigación.

6.1. MÉTODOS

En el presente estudio se utilizará el método científico en cada una de las partes del proceso de la investigación y los métodos generales de análisis, síntesis, deductivo e inductivo.

6.1.1. Método deductivo

El método deductivo es el movimiento del pensamiento que va de lo general hacia lo particular, el mismo que permitirá establecer la estructura del trabajo tomando como parámetros los temas más generales hasta llegar a los aspectos más particulares, específicos del tema de estudio.

6.1.2. Método inductivo

La inducción es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales, como proceso lógico del pensamiento se utilizará para realizar inferencias y conclusiones de los resultados que se obtenga en el proceso de la investigación.

Se utilizará en el análisis de resultados tanto de las encuestas y/o entrevistas, resultados que se generalizarán para presentar las conclusiones en los distintos estudios y en el informe final.

6.1.3. Método de análisis

El análisis es un proceso lógico del pensamiento que consiste en la descomposición de un todo en sus partes o elementos para poder observar, las causas, la naturaleza y sus efectos. El análisis es la observación y el examen de un hecho particular, mediante el cual conocemos la esencia y naturaleza del fenómeno objeto de estudio. El método analítico se utilizará en la elaboración de los antecedentes, marco teórico y para la obtención de resultados correctos de las técnicas que serán aplicadas.

6.1.4. Método de síntesis

La síntesis es la unión racional de los elementos dispersos para estudiarlos en su totalidad, es la recomposición de un nuevo todo. La síntesis, como método de investigación se utilizará en la elaboración y estructuración del marco teórico. Los métodos de análisis y síntesis permitirán realizar un estudio detallado y profundo del objeto de estudio.

6.2 TÉCNICAS

6.2.2. Encuesta

La encuesta, como técnica de recolección de datos se aplicara a los propietarios de las tiendas y comercios de los cantones Espejo, Bolívar y Montufar, que son el mercado meta de la distribuidora de huevos “Gicelita”.

6.2.3 Entrevista

La entrevista es una técnica que permite obtener información a través del lenguaje oral emitido por el investigado de las variables a ser estudiadas, se realizará al propietario y empleados de la empresa.

6.3 INSTRUMENTOS

- Cuestionarios para la entrevista y la encuesta
- Guías de entrevista
- Medios electrónicos: celular, cámara fotográfica, video grabadora, computador.

6.4 MATRÍZ DE RELACIÓN

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Realizar un diagnóstico técnico de la situacional contable y control interno contable del depósito de huevos “Gicelita”.	Situación control interno contable	- Manual de control interno - Estados financieros	- Entrevista - Observación	-Propietaria -Registros Contables
Identificar los procedimientos de registro y control contable que lleva la empresa.	Registro y control contable	- Libro diario - Ingresos - Egresos - Inventarios	- Observación - Entrevista - Entrevista - Entrevista	-Registros contables - Propietaria - Propietaria - Propietaria
Determinar la estructura organizacional y funcional del depósito de huevos “Gicelita”.	Estructura organizacional	-Misión, visión, valores -Talento Humano -Comercialización	- Entrevista - Entrevista - Entrevista	- Propietaria - Propietaria - Propietaria
Establecer los procesos de comercialización que emplea la distribuidora	Proceso comercial	- Políticas - Normas - Plan comercial - Estrategias	- Observación - Entrevista - Entrevista - Entrevista	- Documentos - Propietaria - Propietaria - Propietaria
Realizar un estudio de mercado para determinar el nivel de la oferta, demanda, precio y comercialización del producto.	Mercadeo	-Producto -Precio -Plaza -Promoción	- Entrevista - Entrevista - Entrevista - Entrevista	- Clientes - Clientes - Propietaria - Propietaria

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	TIEMPO	2016																				RESPONSABLE
		Mes I				Mes II				Mes III				Mes IV				Mes V				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
ELABORACIÓN DEL PLAN DEL PROYECTO																						
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO																						
Recopilación de Bibliografía																						
Análisis de la información																						
Redacción del marco teórico																						
CAPÍTULO II : DIAGNÓSTICO																						
Diseño de Instrumentos de Investigación																						
Aplicación de Instrumentos																						
Tabulación y Análisis de la información																						
FODA																						
CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO																						
Objetivos																						
Análisis de la oferta																						
Análisis de la demanda																						
Balance oferta demanda																						
Conclusiones del estudio																						
CAPÍTULO: PROPUESTA																						
Propuesta Administrativa																						
Propuesta Técnica																						
Propuesta Comercial																						
Propuesta Contable Financiera																						
Diseño del Plan de Negocios																						
Conclusiones																						
Recomendaciones																						
Presentación del Informe Final																						

8. RECURSOS

Clasifique a los recursos en humanos, materiales y otros; frente a cada uno de estos determine el costo o monto económico requerido.

a) Humanos

- Encuestador	0,00
Subtotal	\$ 0,00

b) Materiales

- Papel bond	10.00
- Impresiones	40.00
- Copias	20.00
- Anillados	50.00
-Empastados	60.00
-Cds	5.00
-Internet	45.00
Subtotal	\$ 230.00

c) Otros

- Pasajes	30.00
- Viáticos	20.00
- Refrigerios	20.00
Subtotal	\$ 70.00

Subtotal	300
Imprevistos 15%	45
TOTAL	\$ 345.00

8.1 FINANCIAMIENTO

El presente proyecto sobre un Plan de Negocios para la distribuidora de huevos “Gicelita”, será financiado por recursos propios de la autora de la investigación.

9. FUENTES DE INFORMACIÓN

Andrade de Guajardo, N. E., & Guajardo Cantú, G. (2014). *Contabilidad financiera*. Mexico: McGraw - Hill, 6 ed.

Chambergo Guillermo, I. (2012). *Sistemas de costos, diseño e implementación en las empresas de servicios, comerciales e industrias*. Guayaquil: Pacífico, 1ed.

Fierro Martínez, A. M. (2015). *Contabilidad general con enfoque NIIF para pymes*. Bogotá: Ecoe Ediciones, 5ta. ed.

Flórez Uribe, J. A. (2015). *Plan de negocio: Para pequeñas empresas*. Bogota: Ediciones de la U, 2ed.

Posso, M. (2011). *Proyectos, Tesis y Marco Lógico*. Quito: Noción Imprenta.

Prieto Llorente, A. (2013). *Operación contable en los procesos de negocio*. México, D.F.: Pearson Educación.

Prieto Sierra, C. (2014). *Emprendimiento: Conceptos y plan de negocios*.

Rojas Risco, D. (2014). *Manual de Contabilidad de costos*. Lima: Lexus.

Anexo 5. RUC del negocio

		REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES		 <i>...le hace bien al país!</i>	
NÚMERO RUC:		0400534400001			
APELLIDOS Y NOMBRES:		RAMIREZ ESCOBAR ELBA GICELA			
NOMBRE COMERCIAL:		DEPOSITO DE HUEVOS GICELITA			
CONTADOR:		MIRANDA REALPE LINCOLN PATRICIO			
CLASE CONTRIBUYENTE:		OTROS		OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: SI	
CALIFICACIÓN ARTESANAL:		S/N		NÚMERO: S/N	
FEC. NACIMIENTO:		04/11/1956		FEC. INICIO ACTIVIDADES: 25/01/2007	
FEC. INSCRIPCIÓN:		25/01/2007		FEC. ACTUALIZACIÓN: 12/12/2014	
FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:				FEC. REINICIO ACTIVIDADES:	
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL					
VENTA AL POR MENOR DE HUEVOS.					
DOMICILIO TRIBUTARIO					
Provincia: CARCHI Cantón: ESPEJO Parroquia: 27 DE SEPTIEMBRE Calle: BOLIVAR Numero: 04-44 Intersección: PANAMERICANA NORTE Referencia: A DOS CUADRAS DE LA ESCUELA 5 DE JUNIO Telefono: 062977255 Email: gisseltaramirez2@gmail.com Celular: 0997112790					
DOMICILIO ESPECIAL					
SN					
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS					
* ANEXO RELACION DEPENDENCIA * ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO * DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE * DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA * IMPUESTO A LA PROPIEDAD DE VEHÍCULOS MOTORIZADOS					
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS					
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS		1		ABIERTOS 1	
JURISDICCIÓN		\ZONA 1\ CARCHI		CERRADOS 0	
					
Código: RIMRUC2016001180324 Fecha: 27/10/2016 19:08:43 PM					



REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES



NÚMERO RUC:

0400534400001

APELLIDOS Y NOMBRES:

RAMIREZ ESCOBAR ELBA GICELA

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS

No. ESTABLECIMIENTO:	001	Estado:	ABIERTO - MATRIZ	FEC. INICIO ACT.:	25/01/2007
NOMBRE COMERCIAL:	DEPOSITO DE HUEVOS GICELITA	FEC. CIERRE:		FEC. REINICIO:	
ACTIVIDAD ECONÓMICA:	VENTA AL POR MENOR DE HUEVOS.				
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:	Provincia: CARCHI Canton: ESPEJO Parroquia: 27 DE SEPTIEMBRE Calle: BOLIVAR Numero: 04-44 Interseccion: PANAMERICANA NORTE Referencia: A DOS CUADRAS DE LA ESCUELA 5 DE JUNIO Telefono Domicilio: 062977255 Celular: 0997112622 Celular: 0997112790				



Código: RIMRUC2016001180324
Fecha: 27/10/2016 19:08:43 PM

Anexo 6. Fotografías



